

股王兵法

之股市狙击

宏皓 李学伟◎著

中国人自己创建的理论体系
打赢金融战争的制胜法宝



中华工商联合出版社

股王兵法 之股市狙击

宏皓 李学伟◎著

中国人自己创建的理论体系
打赢金融战争的制胜法宝



中华工商联合出版社

图书在版编目(CIP)数据

股王兵法之股市狙击/宏皓, 李学伟著. —北京: 中华工商联合出版社, 2009. 5

ISBN 978 - 7 - 80249 - 176 - 2

I. 股… II. ①宏…②李… III. 股票—证券投资—基本知识 IV. F830.91

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 063979 号

股王兵法之股市狙击

作 者: 宏 皓 李学伟

策划编辑: 高晓博

责任编辑: 楼燕青

封面设计: CMYK 梦工厂

责任审读: 海 鸿

责任印制: 张 萍

出版发行: 中华工商联合出版社有限责任公司

印 刷: 三河市华丰印刷厂

版 次: 2009 年 5 月第 1 版

印 次: 2009 年 5 月第 1 次印刷

开 本: 710mm × 1020mm 1/16

字 数: 420 千字

印 张: 22.75

书 号: ISBN 978-7-80249-176-2/F · 085

定 价: 41.80 元

服务热线: 010 - 58301130

销售热线: 010 - 58302813

地址邮编: 北京市西城区西环广场 A 座

19-20 层, 100044

<http://www.chgslcbs.cn>

E-mail: cicap1202@sina.com(营销中心)

E-mail: gslzbs@sina.com(总编室)

工商联版图书

版权所有 侵权必究

凡本社图书出现印装质量问题,
请与印务部联系。

联系电话: 010 - 58302915

编者的话

近些年来，笔者编辑出版了为数不少的股票投资理财类图书。虽说内容各有特色，作者中又不乏圈内大腕儿，但其中感觉最深、印象最好的应当说是近两年编辑出版的宏皓先生的几部作品，其最大特点就是内容不仅仅停留在就炒股而炒股、就理财而理财的表象层面上，而能进一步将炒股投资、理财这一具有复杂而又丰富的人生体验提升到一种思维体系构建的高度上来。

几年来，笔者通过在与宏皓先生不断的接触与交流过程中，深深地感受到其对股市投资精髓的精准把握，在其花费多年心血，最终构建的稳赚不赔的哲学投资思想体系中，更是体现了其对中国股票市场投资战略把握得高屋建瓴。

这次由我们“恒阳财经”隆重推出的《股王兵法之股市狙击》，是宏皓先生针对近年来股市发展状况的不断变化以及其自身投资心得的不断积累而对其投资思想体系做出的最新修正和延伸拓展，就书稿内容而言，不仅针对的读者包容了高中低各个层次，而且书稿的范例更是体现了中国股市近年来发展的历程。凡是股龄稍长的投资者都会对这些经典案例记忆犹新而又津津乐道。我们相信掌握过去的经验教训必然对今后的股票投资有很好的助益。

在这里我们需要特别说明的是，正是由于本丛书内容涵盖了高中低各个层次读者的需求，所以对于初级入门者或者对书中内容的理解难以把握的读者，大可不必因噎废食；我们给您最好的建议就是，看懂您能看懂的内容，学到您能学到的知识，这就是对我们“恒阳财经”隆重推出本书的最大支持和肯定。

最后，我们希望通过与宏皓先生的共同努力，最终将《股王兵法之股市狙击》打造成中国股市投资的孙子兵法！给广大股民提供最好的投资理念和公关工具。

恒阳财经·鸿戈
2009年4月于北京

序

光阴似箭，一转眼笔者在中国股市征战了十几年。回首这十几年，在中国资本市场叱咤风云的人物还活在中国股市的已经不多，他们是死的死，逃的逃，进监狱的进监狱，让人痛心疾首。笔者可能是愚笨点，成为中国股市第一代人中幸存下来的几个人之一。经过资本市场无数次的大风大浪而大难不死，心灵上经过千刀万剐之后，今天笔者想与读者朋友们探讨的是：股市个人投资者或机构投资者，要想长期在股市获利，应该有一套适合自己的理论体系及投资方法。如果尚未形成自己的投资体系，可以在阅读本书过程中领悟。

随着中国改革开放的不断深入和市场经济的发展，我国居民的家庭收入不断增加，民间资本快速增长。伴随着资产证券化时代、金融经济时代的来临，如何有效地运用民间资本加快我国经济的稳步发展和民间财富的稳定增长，已是政府、企业家和投资家面临的新课题。人类的经济形态依次经历了三个时代：农业经济时代、工业经济时代和金融经济时代。金融经济时代资本增值范式的历史性跃迁是从工业经济时代到金融经济时代。以企业为轴心的商品（产品或服务）产销过程，构成实体经济；以金融市场为轴心的货币运动过程，构成虚拟经济。虚拟经济产生和壮大的过程，也就是经济货币化和经济金融化持续深入的过程。这个过程是民间财富增长的过程，是让人民富裕的过程，是产生中产阶级的过程，是企业家和投资专家进行资本高级运作的过程。

中国居民储蓄存款目前超过 20 万亿元，中国经济的发展缺钱吗？根本不缺钱。如果我们能将这些资金有效地运用起来，将这笔资产盘活，并且让它保值、增值，那么，无论对存款的居民还是对产业界以及对国家来说都是一件功在当代、利在千秋的大好事。这么庞大的资产为什么没有进入资本市场？是因为中国没有安全、稳定、可靠的理财投资产品。如果有安全、稳定、可靠的投资产品和理财品种，投资者必然愿意进入理财市场和资本市场；如果我们能满足投资者财富安全稳步增长的需要，从制度和信用上给投资者以保障，那么，这个巨大的理财投资市场将会被我们开发出来。这样一笔巨大的资金盘活了，对中国经济的持续发展和企业的转型转轨及社会的稳定和人民生活水平的提高，会起到不可估量的巨大推动作用。金融经济时代最大的特点是：资金是流动的，并且在流动的过程中不断寻求增值。金融经济时代企



业资本运作是“一个轴心、两个轮子”。“一个轴心”是资本增值；“两个轮子”，一是扩大资本形成的规模，二是提高资本使用的效率（提高资本产出率）。“两个轮子”是互动的：资本逐利，资本围绕资本产出率而流动，资本使用效率牵引着资本形成；提高资本产出率是决定资本形成速度与规模的基础。不能实现资本增值的企业，将最终变得资本短缺，企业将自然地走向衰败；企业的经营内容和运行体系发生重大变化。要随时捕捉公司市场中的并购重组机会和资本市场的机会。只有能够持续地吸纳、动员资本并驱动资本增值的企业才能在市场竞争中得以存续和发展，并实现企业管理重心的重大转型。

股市狙击是股市顶级高手建立在资本高级运作基础上的股市投资体系。狙击前先做大量的理性分析研究，准确选择价值低估的个股，进行价值投资，这才是股市生存并获利的关键，才是股市稳赚不赔的真谛。在找准中长线飙升个股内在本质要素的基础上，灵活、务实地适应股市各阶段不同时期的市场心理变化，准确捕捉股市不同阶段意识流，有效地运用自己的股市“第六感”，才能在乱云飞渡的股市游刃有余、进退自如地进行股市狙击。这种狙击的哲学思想是以中华民族文化为主体，以西方金融工具为辅助，融会贯通古为今用、洋为中用的指导思想。

资本高级运作的最高境界是：运作得好像没有人运作一样。这种无为而治的资本高级运作才是最完美的。这样完美的资本高级运作就可以把握世界上的任何一个机会，将逐步在世界经济领域取得举足轻重的地位，受到人们高山仰止般的崇敬。

笔者愿意在未来的几十年里，一展平生所学，鞠躬尽瘁，报答无数投资者的信任。

宏皓诚意送财富，
未来十年涨十倍。
民间股王话宏皓，
好比四十巴菲特。
错过千点勿等万，
把握机遇不遗憾。

宏皓

2008年10月于北京



目 录

序	1
第一章 股市狙击之前	1
第一节 核心竞争力	2
第二节 宏观政策大势	8
第三节 机构引导潮流	13
第四节 黑马股与蓝筹股	17
第二章 股市的意识流	26
第一节 谁来决定证券市场的定价权	26
第二节 股票投资价值依据	31
第三节 市场意识流	42
第四节 股市热点的形成	50
第三章 股市机会主义	58
第一节 高位清仓后的诱惑	59
第二节 空仓等待	63
第三节 大机遇来临之前	68
第四节 牛市不言顶	76
第四章 投资组合	86
第一节 金融工程	86
第二节 如何选择黑马	99
第三节 组合之前的研究	104
第四节 投资组合	116



第五章 坐庄与跟庄	125
第一节 坐庄策划	125
第二节 如何操纵	130
第三节 跟庄仓位	133
第四节 牛熊大比拼	138
第六章 金融心理学	147
第一节 金融心理战	147
第二节 从众心理效应	156
第三节 内心定力依据	161
第四节 股票心理价值	164
第七章 易经智慧在股市的运用	180
第一节 易学的相对平衡相对稳定系统	181
第二节 周易的预测功能	184
第三节 易学的太极思维法	188
第四节 易经智慧在股市中如何运用	191
第八章 机构博弈	211
第一节 基金公司	211
第二节 上市公司	215
第三节 其他机构	229
第四节 私募基金	234
第九章 信息经济学	241
第一节 信息经济学	241
第二节 坏人指路	245
第三节 信息的两面性	253
第四节 信息经济学的运用	258
第十章 股市狙击	271
第一节 价值评估系统	271
第二节 稳定的盈利模式	276
第三节 股市狙击	283
第四节 风险预警系统	297



第十一章 资本高级运作	308
第一节 社会已经进入到金融经济时代	308
第二节 一流的企业家都是资本运作的高手	312
第三节 资本高级运作之道	320
第四节 资本高级运作的最高境界	325
附录：北京股胜资产管理公司发展战略研究	335
参考文献	349



第一章 股市狙击之前

狙击手这个词源于1773年前后驻扎在印度的英国士兵的一种游戏，那里的士兵经常猎杀一种名叫沙锥鸟的敏捷的小鸟。由于这种鸟非常难以击中，因此长于此道的人被称为sniper。后来，sniper成为专业狙击手的正式叫法。真正现代意义的狙击手初现于第一次世界大战中，当时德军挑选士兵组成自由行动的狙击手，他们大多具有猎人和护林员的背景，对东西两线的英法军队和俄军造成了重大杀伤。

通常来说，战场上狙击手分为两种：一种是受过完整正规狙击训练的具有正规编制的狙击手；另一种是在战时临时挑选的枪法准确的射手。对于一名狙击手来说，强健的身体和钢铁般的意志是必备的前提条件，而好枪法只是基本的素质而已。对于狙击手的训练，除了要求其贯彻狙击概念和熟练掌握武器系统外，还包括如何计算风差影响和测距；要学会潜伏行进，选择战术机动路线，构筑射击阵地，隐蔽地进入和撤出阵地，观测和发现隐藏的目标等。

股市的狙击手除了精通基本分析、技术分析、宏观经济政策分析、行业分析及对市场意识流的把握外，还需要准确把握市场各类主力机构的不同投资理念及股市运作思路和手法；学会耐心等待最佳狙击时机，拒绝股市每天的小诱惑，仔细观察超级主力机构启动前的热点板块龙头股；对狙击目标股的进出时间、价格有几种准备，做到进先谋出。股市狙击手还要善于观察并识破某些机构人为的操纵行为背后的真正目的，弄清人为操纵假象背后的动机，同时还要具备忍受长时间潜伏的能力等。此外，股市狙击手还需要具备准确地把握进出时机和价格的能力，掌握完善的股市价值评估系统；更需要内心深处的超人定力。

股市的狙击战不亚于战争中的狙击战。股市狙击手的难度远远高于战争中的狙击手，因为这是股市顶级高手之间的较量。任何一家机构聘请的操盘手都是股市职业高手，任何一家财团都不会把数亿、数十亿甚至数百亿的资金交给一个没经过长期职业化训练的散户去操作。即使是水平最低的主力机构操盘手，也比散户中水平最高的投资者要高明一万倍，这就好比是一个武功较差的武林高手与没学过武功的普通老百姓相比一样不具备可比性。而股市狙击手狙击的就是股市职业操盘高手。股市狙击战是高手与高手之间的较量。股市顶级高手较量中钢铁般的意志是必备的前提条件；而“好枪



法”——看盘技巧、研判能力,只是基本的素质要求而已。股市顶级高手之间的较量是智慧的较量,是艺术的较量,是哲学思想的较量,是调动市场参与各方力量的较量,更是充分利用市场各种要素的较量。因此,在进行股市狙击之前,我们需要先做些狙击之前的研判准备工作。

第一节 核心竞争力

一、核心竞争力

所谓核心竞争力是指企业内部经过整合了的知识和技能,尤其是协调各方面资源的知识和技能。

也就是说,企业核心竞争力是指企业独具的支撑企业可持续竞争优势的核心能力。它还可更具体地表达为,企业核心竞争力是企业长时期形成的、蕴涵于企业内质中的、企业独具的,支撑企业过去、现在和未来的竞争优势,并能使企业长时间内在竞争环境中取得主动的核心能力。

打个比方,企业好比一棵大树,树干和树枝是核心产品,树枝是业务单位,树叶、花朵和果实是顾客所需要的最终产品,而为所有这一切提供养分并起支持和稳固作用的树根则是企业的核心竞争力。

股市狙击高手在进行狙击之前,首先要研究上市公司的核心竞争力。研究上市公司的核心竞争力不仅要看该上市公司在本行业、本领域获得明显竞争优势的保障,而且还要看该上市公司开辟新领域、建立新的利润增长点,甚至要看建立新的主导产业、实现战略重心转移、寻求不断发展的重要手段。

值得股市狙击高手长期关注的上市公司,应该是全新的、与众不同的、具有与其他同行业上市公司所无法比拟的核心竞争力。上市公司一旦具有“唯一”性的核心竞争力,则不必参加市场竞争,因为其“没有”竞争对手。当上市公司的竞争力处于“唯一”的地位时,企业就能牢牢地获得某种企业发展的“差别性”。

上市公司要想在激烈的竞争中保持长期的竞争优势,就必须创造“唯一”。

上市公司可以凭借自己的核心竞争力,为自己寻找一个既有可观利润又有独特性的市场,或创建一个独特的市场运作方式,从而避免陷入惨烈的市场竞争。核心竞争力并不是一个虚无缥缈的概念,它来自于上市公司的原创力。

在每个行业中,总是有几个位置可供公司挑选。但在挑选时,企业一定要慎重,彻底改变那种慵懒的平庸观念,从一个全新的角度,选择一个最富有特色、最与众不同的位置。上市公司要想拥有原创力,就必须真正从顾客



的角度去寻找自己的优势及不足，真正用一种创新的眼光去看待自己的战略定位、产品和服务，用一种与众不同的方法参与市场竞争。

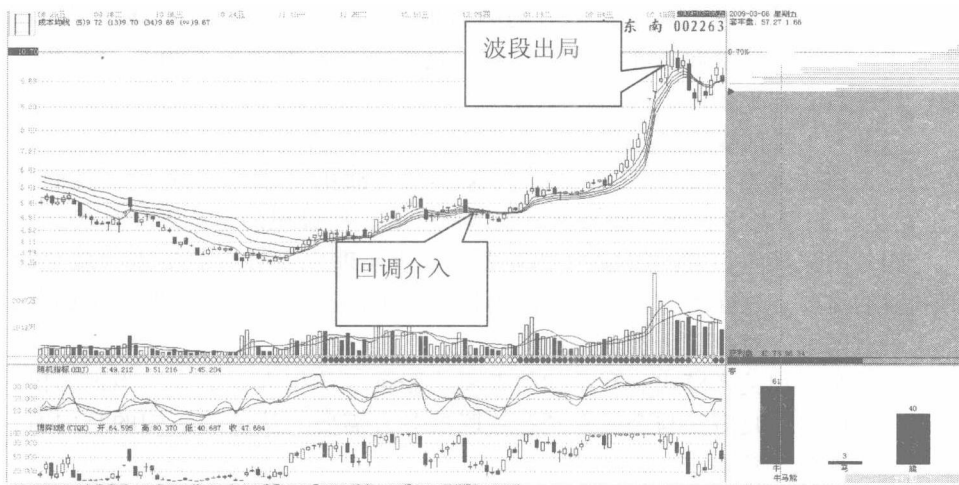
真正的核心竞争力在于组织中成员的知识，先进的管理系统鼓励员工不断学习、不断地积累知识。其中，技巧和知识、技术系统、管理系统、价值系统构成了4个维度，它们之间相互作用，最终形成独具一格的竞争优势。更为重要的是，这种竞争优势还会随着时间的积累更加不易为其他企业所模仿。从企业的成长角度来说，若想使企业稳健成长，必须具有持续的自主创新能力；而要想实现自主创新，必须以核心竞争力的持续积累为条件。

对于企业的核心竞争力，要用偷不去、买不来、拆不开、带不走、溜不掉、变不了来进行衡量。

有核心竞争力的上市公司必须做到总裁与部属之间默契配合，不同人员之间能力互补，也就是必须提高“组织智商”。

要想拥有较高的组织智商，上市公司企业必须建立核心竞争力，在对员工的知识进行管理和使之流通的过程中进行组织智商建设和提高，最终提高上市公司企业的决策及解决问题的能力，提高上市公司企业的素质。作为一名职业的股市狙击高手，选择狙击的目标上市公司，第一步就是按此核心竞争力的要求，去挑选可狙击的目标上市公司。如果选择的目标上市公司达不到以上核心竞争力的要求，则应坚决删除该上市公司。这是职业股市狙击高手选股铁的原则。

案例：有核心竞争力的上市公司



高峰体验:

A. 有核心竞争力的上市公司在中国证券市场只有 10%。有核心竞争力的上市公司都是行业龙头, 只有有核心竞争力的上市公司才具备可持续发展的能力。

B. 对于有核心竞争力的上市公司缩量回调时买入, 放量大幅上涨时则波段逢高减仓, 是股市狙击高手的拿手戏, 也是股市狙击中长线持有最容易高额获利的好品种。

二、完善公司治理结构能提高公司的核心竞争力

(1) 公司治理结构的核心问题

公司治理结构的核心问题: 经理应该对谁负责。这不仅在世界具有共性, 在我国尤其具有重要意义。我们国家的经济活动, 关联关系、关联交易特别多, 经理究竟应该对谁负责? 股市狙击高手对上市公司的股票进行狙击之前需要很好地研究上市公司的治理结构。

国际上的 5 种模式:

一是股东导向模式。股东导向模式日益为各国所仿效, 它以股东利益为基础, 以盈利为导向, 应当是一种标准模式。从 20 世纪 90 年代开始流行, 美国大多采用这种模式。随着资本市场进一步全球化, 公司治理模式的发展也呈现出强烈的趋同趋势, 重视资本市场的作用, 更能够适应经济的全球化和信息技术产业的发展。

二是经理人员导向模式。经理人员导向模式是对经理负责, 经理对企业实行强有力的控制。但由于经理人的频繁更换, 使得这种模式不够稳定。在企业中, 经理人员掌握企业经营管理权, 把追求自己的利益作为企业经营导向, 显然是不利于企业的长期利益的。

三是劳工导向模式。这是德国的模式。德国的公司法要求董事会要有一半的员工担任董事。德国没有监事会这个词, 都用董事会这个词。我们的《公司法》起草者中, 有一部分是从德国回国的, 所设想的是德国的模式。

四是国家导向模式。国家导向模式的企业经理主要对政府负责, 服从政府利益的需要。这在世界上是以法国为代表。中国在计划经济时期更是如此, 企业只对国家、对政府负责。

五是利益相关者模式。利益相关者模式服务于债权人、工人、当地居民、客户、供应商、政府等与企业有利益关联的各方需要。从治理结构的趋向看, 是向第一种模式发展。

美国的股东导向是最成功的, 股份的大小并不是主要问题。证券市场要培养机构投资者, 要发展基金。国外有的基金是最大的持股者, 几乎对有的上市公司占有 70% ~ 80% 的股份。股东小, 你可买股份, 买来买去, 你就成了大股东。



股东越大，责任越大，当然利益也就越大，所以他就一定要想办法把企业办好；短期行为倒霉的是自己。

我国加入 WTO 以后，国有企业怎么办？也同样面临这个问题。

（2）公司治理结构的运作

公司治理结构的运作核心有两条：一是职业经理与投资者的关系；二是控制股东与小股东之间的利益平衡。

通过法律规范强化对投资者的保护，是增强投资者信心的必要手段。49 个国家的经验研究证明哪里对投资者保护得好，哪里就更吸引投资者。《公司法》在公司治理结构中通过股东→董事会→经理人这种层层委托控制关系保护投资者，其中董事会居于核心位置。董事会的责任是代表全体股东利益行使其对经理的监管，其投票规则与股东大会不同。董事会负有诚信责任，要以整体股东利益作为决策标准，而不能仅代表个别股东利益。董事会的规模不宜太大，太大难以召集，往往被个别股东所掌控，七八个董事比较适当。对于外部投资者的法律保护有：上市公司的信息披露；对内部交易行为的限制；对控股股东关联交易的限制，等等。

法律手段能解决的问题是非常有限的。由于行为的可观察性、可鉴证性难定标准，一个人、一个企业没有内在积极性，法律也无能为力。任何合同都不是天衣无缝的，经常会遇到合同中没有规定的事，那你说怎么办？权力就是因合同的不完备而给的。合同中囊括了一切，那就没有权力了。合同越不完备，权力就越大；政策越模糊，权力就越大，企业便是如此。好比到饭店吃饭，红烧桂鱼、麻婆豆腐，老板说吃了再算，那可麻烦，谁敢来吃！政府各部门要是这样，那权力可大了！进了 WTO，这方面一定要事先讲清楚。

所以，最优的所有权结构，主要是解决分配剩余控制权和剩余索取权。剩余控制权包括难以用合同规定的权利及完全合约与不完全合约。剩余索取权包括合同收入与剩余收入，前者是稳定的，后者是调动积极性的。激励机制，就是要解决如何让人不偷懒。在形式上有三种安排：一是实行合伙制，分享权利和共享剩余权利。会计师、律师就是这样，合伙人之间是平等的。二是实行经营者所有，这是古典资本主义。股份公司，工人拿工资，老板分红。三是实行生产者所有。南斯拉夫的工人自治就是这样，他们是老板拿工资，工人分红，但失败了。影响采取哪种形式的基本因素有两方面：一是监督的难易，二是相对重要性。要让经营者变成企业家，因为经营者最重要，又最难监督。有的人有钱，有的人有能力，现代企业就是能力与财富的集合，不是所有权与经营权的简单分离。现在的毛病就出现在能力分布与财富分布不对称上。现代企业需要能力与财富的合作，经营者变成职业经理，制定经营决策；资本家变成股东，选择经理。公司治理结构，就是处理好所有者与职业经理人的关系。公司治理结构的运作，在于法律手段、职业道德和激励



机制；但法律解决的问题是有限的，关键还是在于信誉。一个人到了不要脸的程度，他也必然蔑视法律！市场经济以诚信为本，它要求市场经济主体具备一定的道德约束，而道德约束的关键是建立信誉机制。企业存在的理由是企业这种组织形式可以作为信誉的载体，组织可以克服个人生命的有限性，在无限的组织生命中进行重复博弈。“商号”起到“姓氏”的功能，使得行为可以观察，用“庙”的声誉约束“和尚”的行为。因而企业是一种信誉保证。

任何企业只有一种真正资产，即信誉，其他皆为费用。正是因为企业的价值在于信誉，消费者才有了惩罚的措施。企业维护信誉的前提条件是：①企业有真正的所有者。②企业本身可以买卖。③企业的进入、退出自由，不能垄断。

要重塑信誉机制，基本条件为三：①重复博弈——当事人考虑长远利益，有相对稳定的预期。“59”现象的背后就是最后一次博弈。②行为可以被观察——信息传递速度足够快。这一点媒体是否能及时揭露，至关重要。③受害人有积极性和可能性实施惩罚。惩罚的困难体现在一次性交易、垄断、非经济关系的弱化及连带惩罚的困难。激励总经理的6种办法：年薪、奖金、股票期权、股票奖励、影子股票（有股无权）、股票升值权。股票期权在中国没有作用，因为中国股票市场上的股价不能反映企业的未来。

（3）中国公司治理结构的问题

股市泡沫是如何维持的？首先是上市资源的垄断。中国股市是一个大的寻租场。行政性的审批上市资格，国家股、个人股的同股不同权，价格的双轨制，造成上市公司的融资成本极低，使得上市成为一种圈钱的权利，壳资源让地方政府、企业趋之若鹜；其次是政府不断用场外资源补贴场内。琼民源一文不值转为中关村科技后，股价升为45元，而到2005年时其股价跌到3元以下。

一股独大就是缺乏真正的大股东，即上市公司缺乏真正的大股东。显然，国有企业中作为大股东的国有股缺乏所有权人格化代表，是上市公司董事会流于形式的真正原因。如此，独立董事能解决什么问题？

形象的比喻是麻袋上绣花。独立董事可以防止偷钱，但不能防止偷懒。独立董事不是利益与企业没有关系，而是利益与企业联系得越紧密越好。独立董事的独立性在于利益独立于企业经理人。如何激励独立董事像所有者一样行为而不是成为经理人的附庸？最好的董事是持有100%股份的董事，最糟糕的董事是没有股份的董事。应该强制独立董事购买企业股票，可以给独立董事期权。

监管部门能起多大作用？审核企业上市不应是证监会的职能，证监会的主要职能是加强市场监管，保证证券市场合法合规地运作，保护投资者权益



不受侵害。政府好心办坏事，要求上市公司前三年净资产回报率不低于 10%，是逼着上市公司做假账。

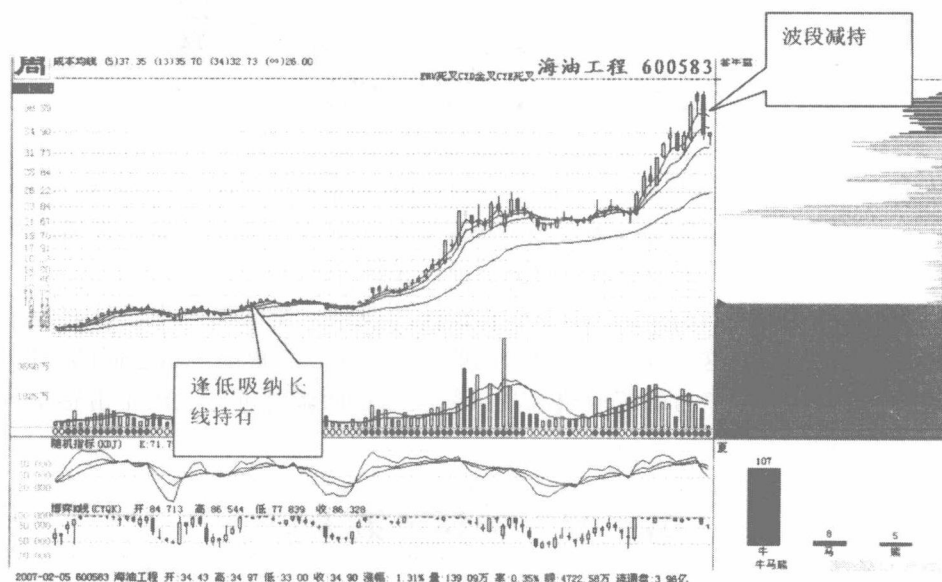
为什么缺乏信誉机制？有 5 个方面原因：①产权制度。没有资本家就没有职业经理。②一次性博弈。③政府干预与企业行为短期化。④信息流动问题。信息传播越快，真相越早曝光，人们越倾向维护信誉。⑤法律问题。惩罚的法律措施越多，对信誉的法律保护手段越多，信誉机制越好建立。

作为一名股市狙击高手，对于以上这些影响股价趋势变化的深层核心因素是必须在进行股市狙击之前要搞清楚的。上市公司的治理结构对于上市公司来说是关系到上市公司生死存亡的大事。如果这个重要的要素没有搞清楚，就简单地从表面的技术分析上入手进行股市狙击，那只有死路一条。

三、有核心竞争力上市公司的案例

1. 海油工程

案例：



高峰体验：

A. 证券市场上有 10% 的股票是有核心竞争力的。有核心竞争力的上市公司股票上市后股价是芝麻开花节节高，不断创出历史新高；什么时候卖出该股都是错误的。

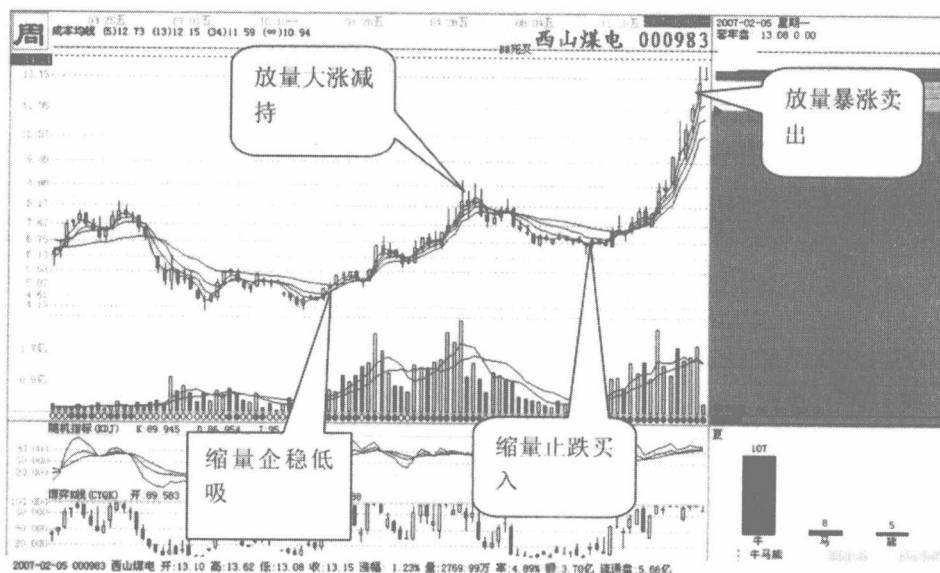
B. 这就是有核心竞争力的上市公司带给投资者的实实在在的回报。如果中国的上市公司有一部分能像海油工程这样发展，那么，投资者获利就是很



轻松的事情。选择这样的上市公司进行狙击，才能做到在股市稳赚不赔。

2. 西山煤电

案例：



高峰体验：

A. 好酒喝的时候感觉不一样，有核心竞争力的好股票拿在手中感觉也不一样。当您的朋友请您喝五粮液或贵州茅台时那感觉自然不一样，拿着有核心竞争力的上市公司的股票就可以放心地长线持有。

B. 对于行业有成长性、业绩有成长性的股票，逢低买入中线持有是上策。也许正是因为这样有核心竞争力的股票太少了，就更能显示它们的价值。对于这样有核心竞争力的好股票来说，每次缩量回调时进行股市狙击感觉自然也不一样。

第二节 宏观政策大势

研究宏观政策大势是研判阶段性行情性质的重要依据。例如，宏观政策是银根从紧的政策，股市肯定不会有上涨行情。其原因很简单：机构的资金都是从金融机构融来的，国家银根紧缩，机构就融不到资金，股市没有资金是不可能上涨的。如果国家开始开闸放水，放松银根，鼓励投资，那么，股市才有上涨的机会。这时候机构融资环境相对宽松。因此，研判股市每个阶段的行情性质，首先必须把宏观政策大势搞清楚，只有把宏观政策的大背景判断明后，才有可能研判股市的阶段行情性质。只有准确判断每个波段行情的



性质是整理行情、下跌行情还是上涨行情，然后才能踏准股市节奏，稳赚不赔地从股市获利。

一、宏观政策研判需要了解的几个问题

1. 国民经济均衡的条件是什么？

答：国民经济均衡是指三对漏出和注入因素总和的平衡，而不一定同时要求做到预算平衡（政府税收 = 政府购买）、存贷平衡（储蓄 = 投资）和外汇收支平衡（进口 = 出口）。

2. 国民经济均衡的形式有哪几种？哪一种形式最佳？

答：国民经济均衡的形式有以下三种：

（1）低水平的均衡。这种均衡状态表现为社会产出水平低、生产能力利用不足、失业人数众多，国民经济很不景气。这种不均衡状态为总需求不足所造成。

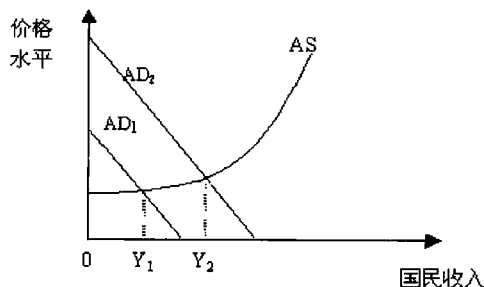
（2）高水平的均衡。高水平均衡状态表现为产出水平高、生产能力得到充分利用、失业问题基本解决，国民经济结构比较合理，呈现经济繁荣但不过度的局面。

（3）超能力的均衡。这种均衡状态仅仅表现为货币的均衡，实际上是货币供给过多、可供物资太少。此时总需求与总供给的均衡是通过物价的上涨来实现的，所以通货膨胀严重。

国家应当争取实现第二种均衡，尽量避免第一种和第三种均衡。因为：第一种均衡是国民经济萎缩的均衡；第三种均衡是总供给小于总需求，是国民经济过度膨胀的均衡。

3. 当国民经济中的生产能力过剩时，最好采取什么政策？

答：如下图所示，总需求曲线 AD_1 与总供给曲线 AS 交于 AS 的平坦部分，说明国民经济中的生产能力过剩，这时刺激和扩大总需求可以有效地增加国民收入。总需求曲线从 AD_1 向右上方移动到 AD_2 ，价格水平上升不快，但产出却可以较快地从 Y_1 增加到 Y_2 。



二、宏观经济政策对股市的影响

中国股市在规模发展壮大的同时，其理念与功能的扭曲程度同样惊人。从1990年到2004年的14年间，沪深股市的投资者们总共付出了1.2万亿元。但截至2004年8月，流通股市值也只有1.2万亿元，这意味着12年中全部投资者的总体投资无任何收益。与此成为鲜明对比的是，在“为国企融资服务”的定位下，股市成为上市公司比传统银行更美妙的圈钱乐园。

2001年之后，一批拥有西方经济学知识和制度观念的学者型官员执掌中国证券市场，并喊出了“把市场的事情交由市场来办”的口号，大量从西方学来的制度相继实施。但中国股市却从此时开始陷入持续低迷的深渊，上市公司的治理问题与投资者之间的矛盾越发尖锐。2003年，新一任证监会领导推出三大措施，意图健全新股发行制度。但调查发现，IPO新政之后的上市公司同样具有原来上市公司的一切问题。

为什么已有的制度改革不能建立起对上市公司的监管体系？伦敦经济学院经济学系教授许成钢用“不完备法律的移植”理论分析了其中的深层次问题。美国耶鲁大学管理学院金融经济学教授陈志武则提出了人大、法院和证监会各施其责的解决方案。然而，随着部分地方和中央权力机构从最初的谨慎观望到后来的积极加入，中国股市已经从草根阶层的游戏演变成了权力资本之间的博弈。必须指出的是，在这个“蓄的都是脏水，印的都是真钞”的市场，如何把保护中小投资者利益的口号落到实处，还是一个难题。

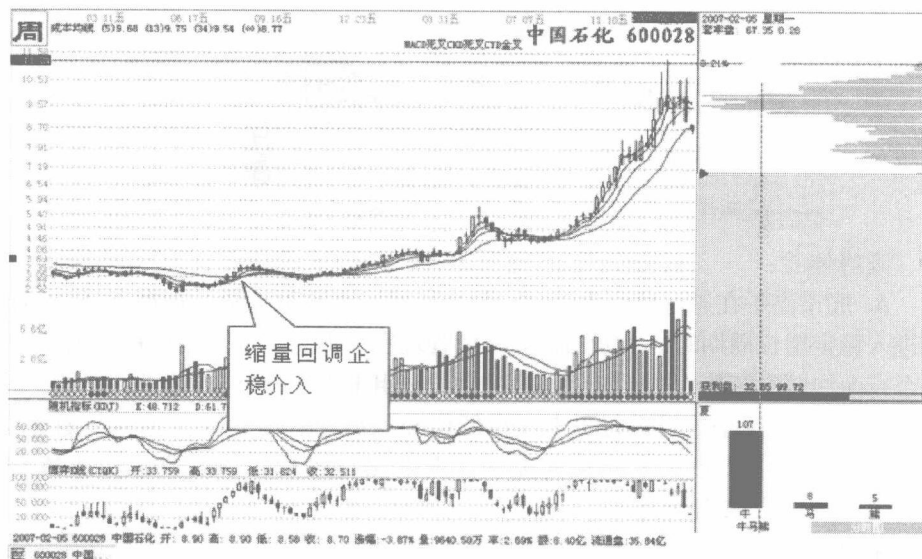
三、如何正确利用宏观经济政策

从中国股市16年的发展历程来看，政策对市场的影响总是具有举足轻重的作用。特别是2006年股权分置改革成功，股市从1000点上涨到接近3000点后，我们看到中央政府对于证券市场的调控已经开始走向成熟。从1000点涨到接近3000点的上涨行情，主导和控制行情的超级主力机构，是中央政府手中的两大超级主力财政部的汇金公司和国资委。而这一变化明确地说明中央政府的战略意图：在中国加入WTO后证券市场对外开放，是社会发展的必然趋势；中央政府如要在中国证券市场对外完全开放后还能保持在中国证券市场的绝对控制权，只有让中央政府控制的合法超级机构提前进入证券市场，控制证券市场，未来完全开放的中国证券市场才可能不被国外金融财团控制。可以肯定，未来的中国证券市场的控制权只能是控制在中央政府手中的两大主力机构汇金公司和国资委手中。这是关系到国家金融安全的大事。当中国证券市场发生了这种深层质变后，中国对证券市场的调控能力和管理能力就会不断强化，政府的政策就会让证券市场向健康的方向发展。证券市场的个人投资者已经开始被“边缘化”，中国机构或不守法、不思进取的上市公



司开始被“边缘化”；不适应证券市场健康发展的思想开始被“边缘化”。证券市场的政策将会逐步出现引导中国股市走出持续10年大牛市，让资本市场成为中国国富民强的场所。这才是中国证券市场的大方向。作为中国证券市场的股市职业高手——股市狙击手，必须在进行股市狙击之前深入地研判中国的宏观政策大势。

案例1：



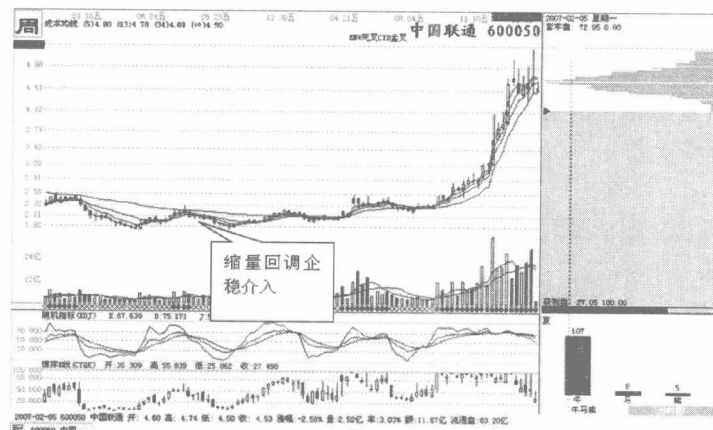
高峰体验：

A. 股市高手在进行股市的狙击时，首先是对宏观政策大势的把握。当中国经济进入稳定增长周期时，中国石化这样的行业，即使管理水平不高，也是业绩稳步增长的。这个行业中较有竞争力的上市公司自然是股市狙击手进行股市狙击的好品种。

B. 缩量回调企稳后进行狙击，波段放量连续上涨后逢高减仓，等其低位缩量回调时再买入中长线持有，是一件多么快乐的事情。



案例 2:

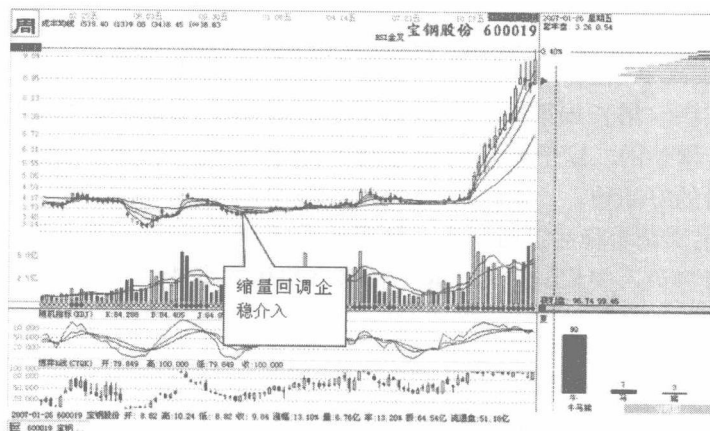


高峰体验:

A. 股市高手在进行股市狙击时，首先是对宏观政策大势的把握。当中国经济进入稳定增长周期时，垄断的行业即使管理水平不高，也是业绩稳步增长的。这个行业中较有竞争力的上市公司自然是股市狙击手进行狙击的好品种。

B. 缩量回调企稳后进行狙击，在低位介入后要甘于寂寞。不要只看眼前小利益，或过于担心大盘指数的涨跌。选准黑马股后，一定要中长线持有，只有这样才能带来高收益。

案例 3:



高峰体验:

A. 中国宏观经济的增长给了宝钢集团巨大的发展空间。像宝钢股份这样在同行有核心竞争力的上市公司，有高水平的治理能力，在其低位长期缩量横盘时介入，中长线持有，肯定有高回报。

B. 对于这样的股票哪怕短线狙击失误，中长线也能解套，并且获得巨大



回报。哪一个股市狙击手不喜欢呢？但是最重要的是看您有没有眼光看到其低估的价值，有没有足够的耐心和定力，坚决长线持有。如果您持有这样的黑马股时，短期内并没有上涨，再看股市天天有股票涨停板，当您实在忍不住抛出该股去看涨其他股时，那么，这只黑马股就在您刚一卖出时就开始飙升。这种追涨杀跌的做法是股市投资的大忌。

第三节 机构引导潮流

证券市场的相反理论与群众论都不是我们的发明。作为股市狙击手，我们要做的，是如何把二者结合起来。散户是股市最大的购买力量，群众的情绪一旦被激发，就会变成汹涌的狂潮，吞噬一切；再清醒、再有理性的人都会在群众的狂热中迷失自我，股市很容易被狂热情绪所左右。这就是为什么机构大户数量虽比散户少得多，却能吃掉散户的秘密——装备精良而且训练有素的军队总是能打垮人数众多的乌合之众。但是，问题又有另外一面，当千百万人共同形成一个认识时，这种虚拟的观念就会变成现实。所以，一些亏损股能炒到绩优股的价位，靠的就是群众的热情。但虚拟的观念毕竟不是现实，总有真相大白的一日，那时，虚拟的系统就彻底崩溃。在这个基础上产生了“相反理论”。相反理论通过统计发现，股市上赚大钱的人只占5%，其余95%都是输家。要做赢家只能在股市最关键的大顶或大底的转折点时与群众的思想路线相背，切不可人云亦云随大溜。

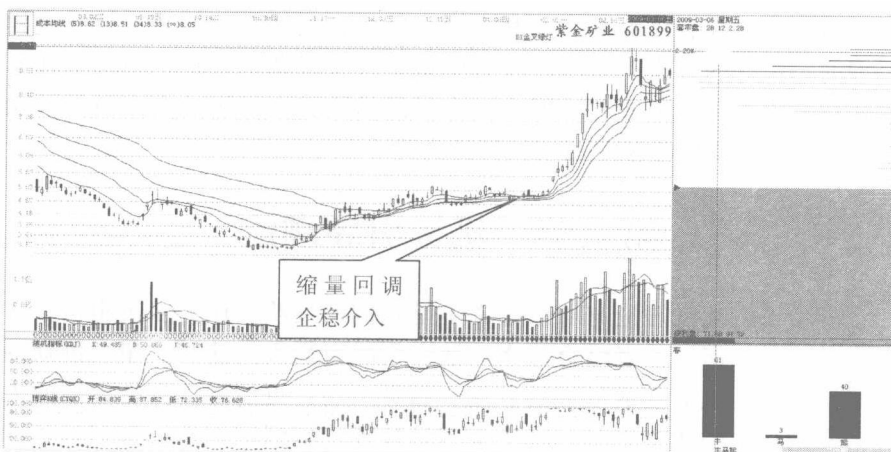
相反理论有一定的使用条件：股市在极端状态——即将大顶或大底的反转之时。平时，大众的看法往往有时候也是正确的，只有当所有人都看好或看空时，你就应该持相反的态度：“所有人都在卖出，你就买进；而所有人都在买进，你就卖出。”特别是在跌市中，所有人都看不清底部在何处之时，所有的人都对股市恐惧而逃离股市时，股市大底部就已经在你的脚下，而进行股市狙击的机会就已经来临。

所以股市狙击手只有用“心”体会股市。眼睛看到的股市，多数是机构制造的假象。耳朵听到的股市信息多数也是被超级机构操纵的假象。如果你的信息来源不是从国务院办公厅获得的话，有一个办法就是研究《易经》，做到未卜先知，然后遇到股市表面的市场现象时，冷静地用“心”体会股市的本质规律。

机构引导潮流之前总是先在低位建仓，等建仓完成后，开始逐步推升整个板块的股价，再运用媒体进行宣传政策的支持，自然就形成了股市的赚钱潮流。



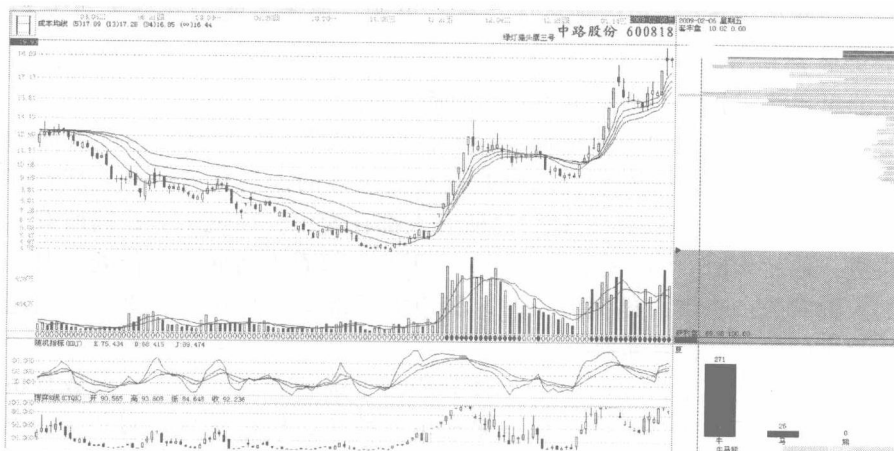
案例 1:



高峰体验:

超级黑马股在大幅飙升前总是静如处子，一旦开始上攻则是动如脱兔，您再想追都追不上。所以说，看准超级黑马股并能坚持长线持有是需要内心深处有定力的。

案例 2:



高峰体验:

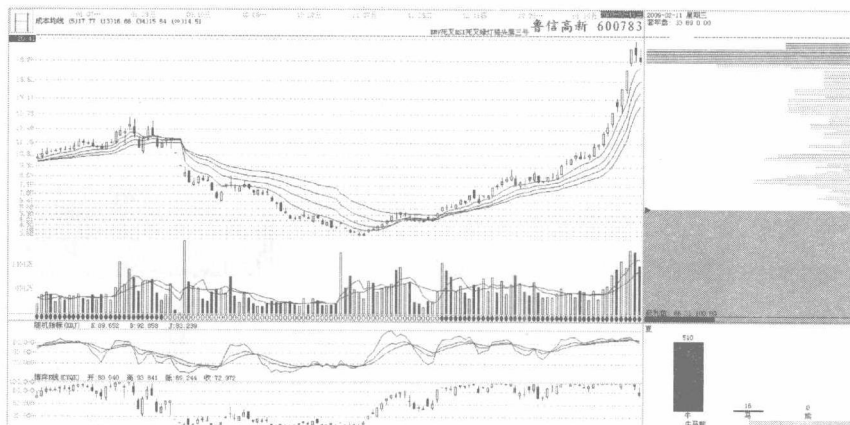
A. 一个阶段股市的热点形成，肯定是有资金实力的大机构引导潮流所为。当这种由超级主力机构引导股市潮流而走向的热点一旦形成，一波股市中级行情就来临了。

B. 机构引导潮流形成股市热点时一定会利用媒体的宣传，再加上超级主力机构的资金实力与研发能力，股市的大量投资者就不得不信。对于股市狙击手来说，在这种机构引导潮流形成股市热点的初期，要相信机构引导潮流



形成的热点，并利用这个热点来进行狙击。

案例 3：

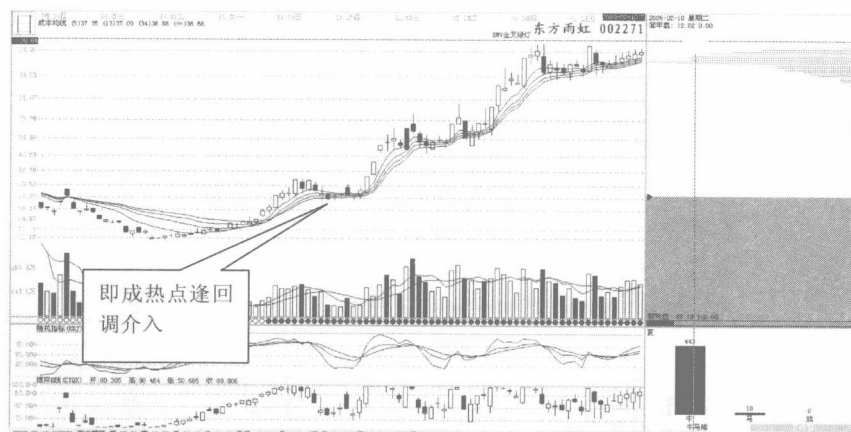


高峰体验：

A. 一旦这种由机构主动引导潮流走向的热点形成，并得到市场广大投资者的认可后，热点板块中有竞争力、有上涨空间的股票就会一路震荡上涨，不会有太大的回调。

B. 当明确的热点板块形成后，股市狙击手应该在其回调时果断介入。

案例 4：



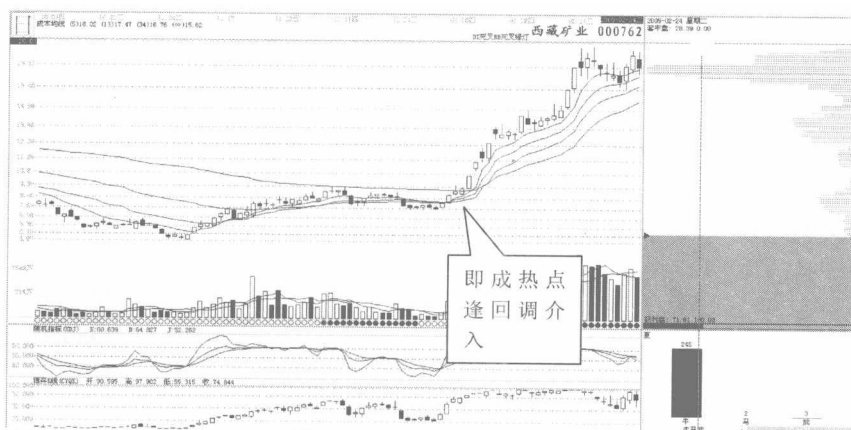
高峰体验：

A. 对于热点板块的黑马个股，每次波段回调到位都是逢低介入进行狙击的机会。

B. 特别是这几个热点板块的龙头股，更是股市狙击手明确的狙击对象。



案例 5:



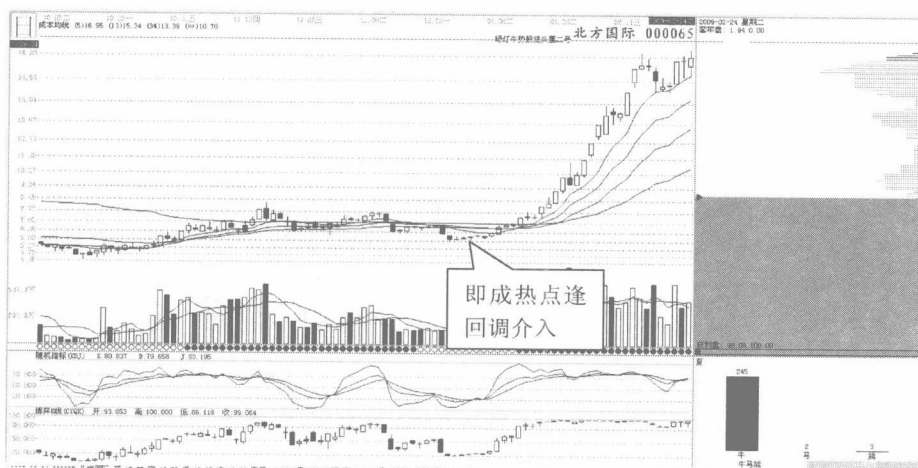
高峰体验:

A. 一波中级行情启动，是谁在引导这一波行情上涨，一定要搞清楚，这样才能领会主导这一波行情主力机构的意图。

B. 如果是以基金为代表的主力机构发动的行情，就肯定不止一个热点板块，而是会同时交叉形成几个热点板块，同时交换展开上攻态势，才能不断地吸引场外投资者进场追涨。

C. 一旦股市中期热点强势板块形成，只需对该板块的强势进行中长线狙击，不必理会其中途的洗盘。

案例 6:



高峰体验:

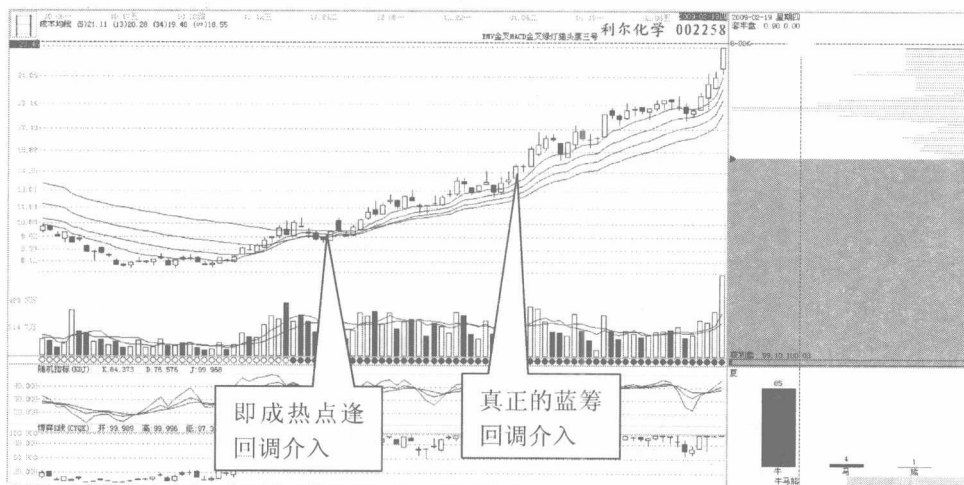
A. 股市狙击要想取得大成就，最重要的是要有一双慧眼看准价值低估的个股，发现有成长性的上市公司，同时也要研究主力机构怎样去引导市场潮



流并形成阶段市场热点板块。

B. 一旦股市某个或几个中线热点板块形成，就立即对该板块的龙头个股进行狙击，并且一定要中长线持有。

案例 7：



高峰体验：

A. 如果股市热点潮流形成后，一定要果断地将手中的个股换成这几个热点板块的个股，千万不能再死抱着手中不涨的或涨得慢的不属于热点板块的个股，而错过了快速大幅上涨的获利机会；最好换成这几个板块的龙头股，逢这几个板块的龙头股回调时低吸换入。

B. 2006 年金融和地产这两个板块的个股都全线上涨，涨幅最大的只是这两个板块中的少量有核心竞争力的个股。这也是股市狙击手应该注意的。不要抓住了板块，没有抓准黑马个股，这是最容易出现的错误。股市狙击手一定要慧眼识别这几个热点板块的龙头股，进行对超级大黑马股的准确狙击。

第四节 黑马股与蓝筹股

一、运用资本高级运作培植黑马

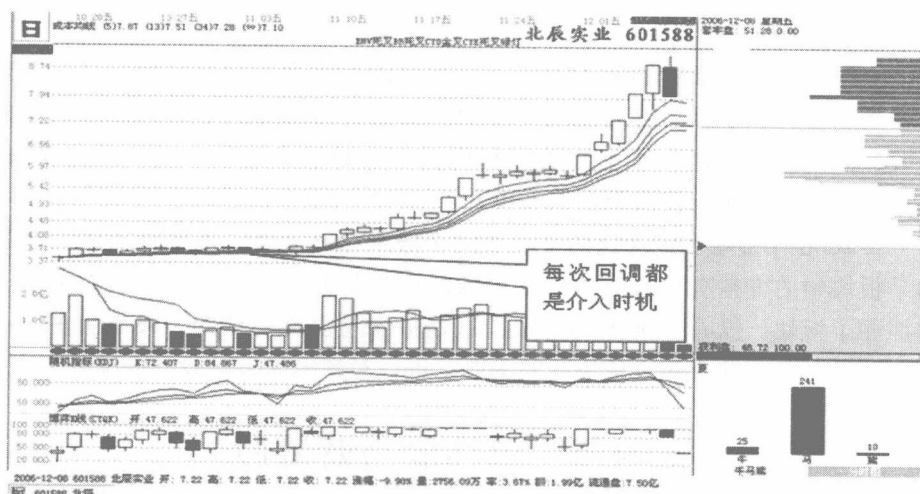
在中国股市的历史演变进程中，从 1990 年开办股市到 1999 年一直是“在 K 线前面”的阶段。这个阶段投资者投资股票的基本方式是：看盘面，听消息，读股评，测行情，然后凭感觉买卖股票。1999 年后至 2004 年，这一阶段随着证券行业研究力量的发展壮大，使得对上市公司信息的挖掘和分析判断日益深入，专业化的机构形成了从 K 线背后发现黑马的专业研究团队。市



场发展到今天，试图获取超额收益的超级机构，正在进行股市盈利模式上的新跨越，即从发现价值到构造价值的跨越。构造价值的理念是：积极驱动公司经营优化和管理改进，促使公司创造价值，实现业绩提高。通俗地说，发现价值是去寻找黑马，运用资本高级运作构造价值则是去培植黑马。

运用资本高级运作构造价值、培植黑马的机会，是来源于中国上市公司现状。目前阶段的中国上市公司中，大量的上市公司战略思维迷茫，资源配置散乱，公司治理效率低下，机会识别能力不足，资金投向多变，业务结构不合理；管理素质差，绩效改进空间大，公司再造的可行性强。正如北大教授周春生所言：“当前资本效率的低下，为我们快速提升资本使用效率预留了广阔的空间，而国民经济的高速成长，又为上市公司提高利润率提供了充足的动力。”为此笔者认为：未来的超级机构在资本市场上的盈利模式，必然要走向多位一体的全方位资本高级运作；而在多位一体全方位的资本高级运作中，真正重要的是通过产业战略重建、资产重组和管理变革彻底再造企业的产业能力和资源配置，全面改进企业运营的系统效率，从而从根本上实现公司的经营优化和绩效提升，实现从 K 线背后培植出持续成长的超级黑马。

案例 1：

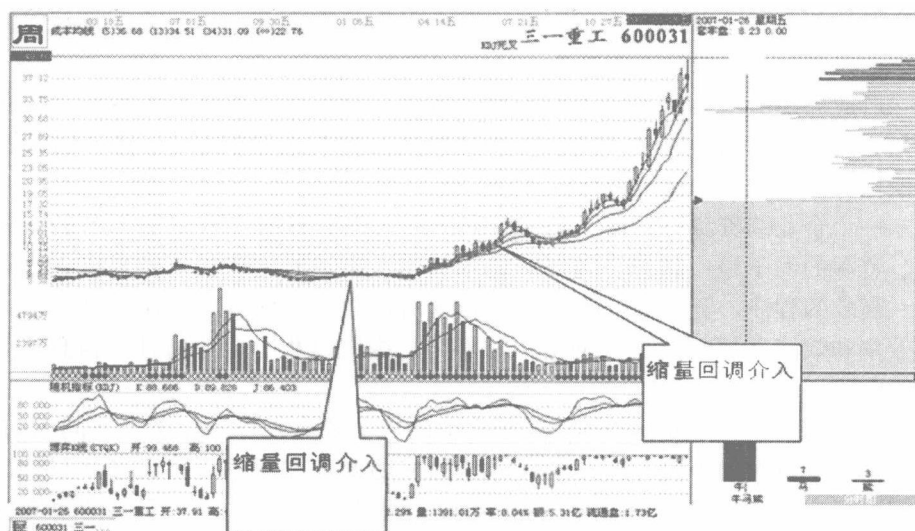


高峰体验：

- A. 真正的蓝筹黑马股都是从 K 线背后发现的，这是技术分析永远也无法做到的。
- B. 真正的蓝筹股不是所谓的国企大盘股，而是具备成长性，可持续成长的个股。



案例 2：



高峰体验：

- A. 真正的蓝筹股是从同行业竞争中成长起来的，而不是拼装起来的。
- B. 只有与同行业竞争中长大的行业龙头股才能称得上真正的蓝筹股，这样的股票每次缩量回调时都可以买入，进行长线狙击。

二、真正的蓝筹股

什么样的股票才是中国证券市场真正的蓝筹股？

国际上蓝筹股的衡量标准在中国证券市场上不适用。股市狙击手必须用自己的智慧，在静止处预见潮流，在混沌中发现秩序，在变化中掌握先机，找到目前中国证券市场上真正的蓝筹股，最终探索出中国的“有投资价值的真正蓝筹股”！

关于蓝筹的概念在许多书中都在介绍，笔者不再重复，只讲一些对于股市狙击手来说需要知道的要求。

作为中国证券市场上的蓝筹股，上市公司必须致力于对长期目标的追求，致力于营造可持续的因素和积累持续的经营历史，而不是仅仅着眼于眼前的盈亏，不是为了追求短期的利益而忽略长远和透支未来。

资本——良好的资本信誉和可持续、大容量、高效率的资本融资调动能力。

产业——市场规模巨大和行业盈利能力不俗的产业背景。

资源——良好的甚至是垄断性的产业资源。

管理——足以成为行业范围内企业标杆的优秀管理。



历史告诉我们，蓝筹股总是伴随产业的兴衰而兴衰，很少有公司能够超越产业兴替而永葆蓝筹。由此看来，股市狙击手需要有一种眼光，那就是基于产业兴衰对蓝筹股命运的判断。

产业周期阶段是蓝筹股市场定价的重要驱动因素，当我们评价蓝筹股价格是否高估或低估的时候，需要将产业周期阶段纳入考虑因素，而不宜泛泛地谈论蓝筹股之间的比价关系。

一个企业的资源可以被定义为企业所永久性拥有的（有形和无形的）资产。资源的例子是：品牌、内部的技术知识、高技能的雇员、贸易联系、机器、高效的程序、资本等。即“一个企业所控制的并使其能够制定和不断改进效率和效能之战略的所有的资产、能力、组织过程、企业特性、信息、知识等”。

资源比利润更重要，乃因为今天企业的成功要点和竞争要害大不同于前。在当前这个特殊的历史时期，企业经营的成功要点和竞争要害已经从早期的捕捉商机、后来的竞争市场份额及谋取经营利润，发展到了今天的争夺战略性。

公司产品或服务的市场前景；新产品的研发能力；研发与收益的比例；公司是否有出众的销售组织和网络；投资领域与利润率水平；维持利润率的方式；财务管理能力；竞争优势；资本结构创新设置；公司内部组织效能等。这些都是股市狙击手需要细致研究，认真做好的“功课”。股市狙击手坚持直觉、尊重现实和灵活应变，是投资的最高境界。

证券市场并非总是理性的，市场参与者的群体心理对市场走势起着决定性的作用。证券市场趋势的运行机理是经常“矫枉过正”。也就是说，市场趋势表现出“羊群效应”的特征，具有很大的惯性，一旦市场向某一方向运动的趋势形成，一般不会在其理论达到的均衡位置停止，而是要沿着惯性继续运动，超出很大距离才会停止，然后再向回运动。也就是说，股市经常会出现跌过了头——创出历史新低，跌破所谓的技术性支撑；也会经常出现涨过了头——创出历史新高。所以，证券市场经常是“矫枉过正”的。

证券市场走势并不全然是基于价值的，更多的是受影响于群体心理、潮流惯性和趋势轮回。正因为这样，从大经济学家凯恩斯到大投资家索罗斯，都特别强调股市投资决策中对群体心理的把握和证券市场趋势的利用。

为此，研究群体心理和市场趋势就成为股市狙击手进行证券投资当中的重要方法。历史悠久、广为流传的技术分析方法和著名的索罗斯反射性理论，都是旨在把握市场趋势的思维方法。

正是从这个观点出发，在他自己的股票投资操作中，凯恩斯将经济学放在了次要地位，而将主要精力集中于心理学。广为人知的事实是，索罗斯的巨大成功，是以全球性的影响证明着他的趋势轮回及反射性理论的正确性。



群体心理对市场走势有着决定性作用，而趋势轮回是统治股市运动的永恒规律。

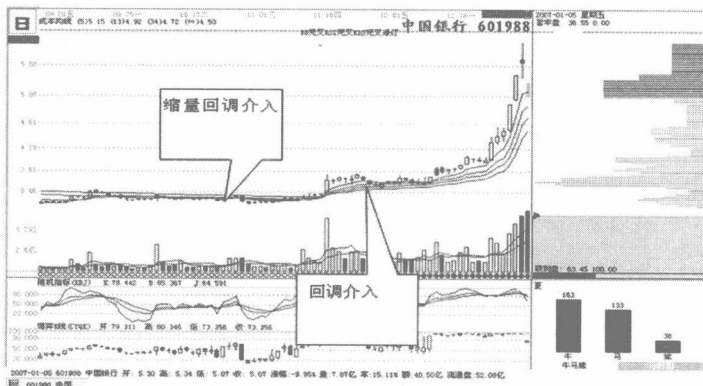
人们无可回避的市场现实是，在群体心理和市场趋势的形成过程中，存在着市场力量，而且，正是市场势力在群体心理和市场趋势的形成中扮演着发动者和领导者的角色。

市场势力对群体心理和市场趋势的暗示、引导甚或操纵，有着各种形式。包括：

制造和散播包括真言和谣言；塑造投资理念和题材概念；塑造选股标准；市场力量之间的串谋和协同；示范性操作；理念、概念和标准的号召、扩散、传播（媒体利用）；历史信誉和品牌的利用；影响甚至操纵政府的决策和政策；等等。

就像在华尔街发生的那样，聪明人在开头做的事，傻瓜在结束时做。在群氓证券市场里，证券市场的群体心理和趋势形成更容易被暗示、被引导，甚至被操纵。因而群氓证券市场里的市场势力效应将更突出和更显著。为了及时地感知市场趋势的动向，对投资者来说，有一点是极其重要的：或者你自身就是市场势力的领导者；或者你必须打入市场势力圈——对于资质平平的股市狙击手来说最好与市场势力圈合作；或者你必须深入地研究和利用市场势力，感知他们在做什么或准备做什么。对于能成为股市狙击顶级高手的人来说，就要远离市场势力圈，就像巴菲特和索罗斯远离华尔街一样，这样才能有效地利用市场所有的要素。只有这样才能成功而有效地进行股市短线狙击。

案例 1：

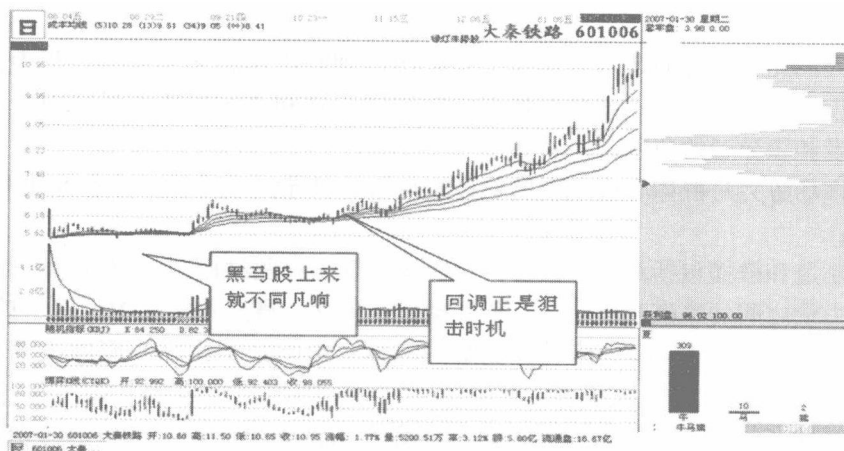


高峰体验：

- 面对股改之后的全流通时代，只有国有的垄断大企业才是真正的蓝筹股。
- 当超级大盘股经过脱胎换骨后还能持续稳定地成长时才称得上真正的蓝筹股。



案例 2:

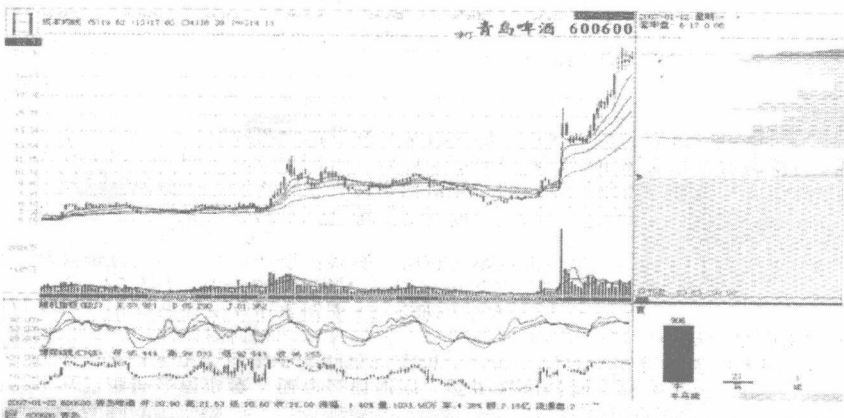


高峰体验:

A. 按照传统蓝筹股的定义标准，如果论流通盘或盘子的大小，这类股票算不上所谓的蓝筹股，但按其成长趋势却是实实在在能带来稳定回报的新蓝筹股。说实话，笔者更喜欢这种垄断资源性的新蓝筹股。

B. 铁路股在目前中国证券市场还是稀缺资源、垄断资源，这样的上市公司盈利能力是很强的。只有这样的股票才是真正有成长性的蓝筹股。

案例 3:



高峰体验:

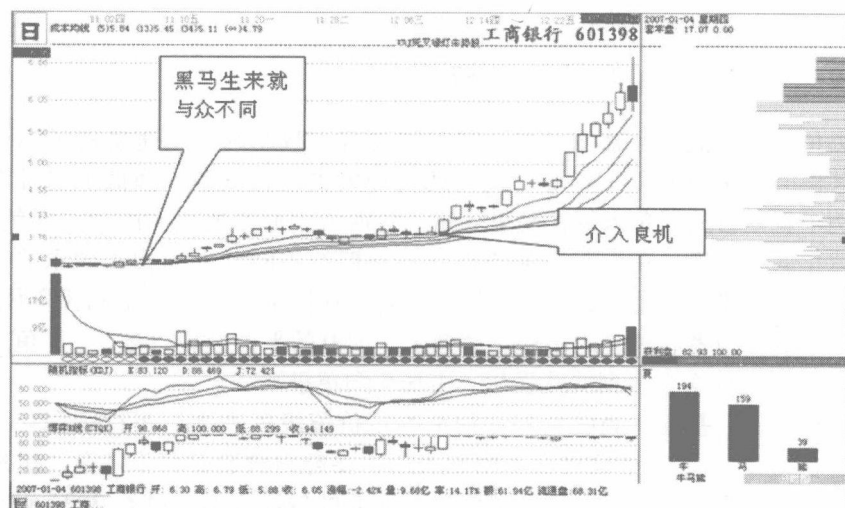
A. 黑马股生来就与众不同，这是黑马股上市公司的企业家品质决定的。选择真正的蓝筹股，说到底还是选择上市公司的企业家。是优秀的企业家造就了优秀的蓝筹股上市公司。

B. 青岛啤酒 10 年稳定增长，是有目共睹的，而青岛啤酒能成为蓝筹股也是靠青岛啤酒的企业管理者——企业家——带领其从小企业成长为大企业。其



核心竞争力与公司治理的水平是显而易见的；再加上不断持续增长的中国消费市场，而能跟着中国的消费升级而成长的上市公司股票才是真正的蓝筹股。

案例 4：

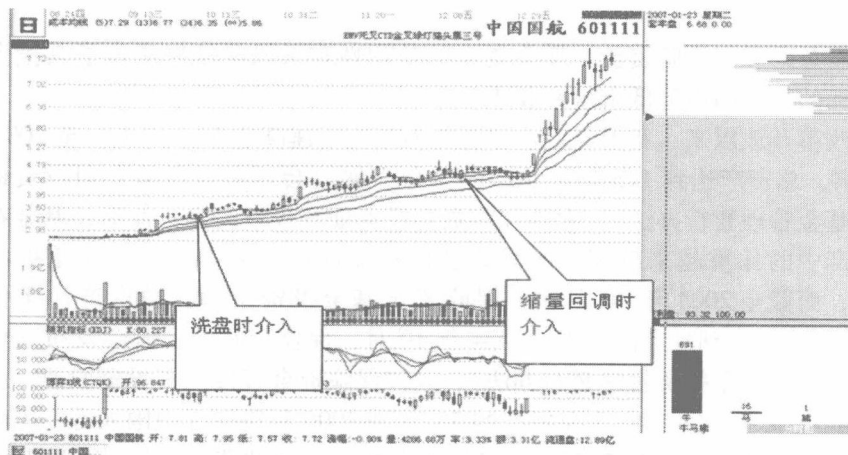


高峰体验：

A. 这是有中国特色的蓝筹股：国有大企业，论企业规模在中国同行业无人能比；论资源的垄断性，在同行业无人能比。

B. 这样的企业靠的是垄断性资源赚钱，未来的成长性虽不好说，但是其在同行业的竞争优势还是明显的，称其为蓝筹股当之无愧。

案例 5：



高峰体验：

A. 这也是中国特色的国有企业大盘蓝筹股：在同行业中具备资源的垄断



性，竞争性较强。

B. 航空行业还没有对外开放，民营企业又进不来，这样，航空市场巨额的利润当然只是国有蓝筹股上市公司的，所以盈利能力较强。缩量回调企稳后进行短线狙击风险较低。

三、投资风格向单极演绎

黑鱼生性凶猛，且繁殖力强，在美国没有天敌制约，迅速挤占了当地水域中其他肉食鱼类的食物资源，使当地物种失去生存资源，降低了物种多样化。例子就是自从黑鱼入侵，马里兰州一些河流中原本盛产的鲑鱼已经绝迹。在全球化的时代里，资本市场强势投资者种群的不断壮大和相关理念的加强不可避免，很难再另外形成强势机构投资者不认同的新定价基础和投资风格。如此，市场参与者和理念的多样化会减少，旧有的平衡会被打破，“黑鱼式机构投资者”的理念会得到持续强化，市场会向单极演绎。

黑鱼之一：基金。制度的外部约束决定价值投资理念还将持续深化。监管层曾在第28次基金业联席会上明确表示，要努力营造有利于基金业发展的政策环境，积极鼓励创新，进一步促进基金业的健康发展。截至2004年9月30日，中国证券投资基金全行业资产净值已达到3074.21亿元，占整个市场流通市值的23.82%。2005年基金公司通过发行专户理财基金迎来第三次加速发展的跨越，到2006年年底基金规模已经达到了8500亿元，基金已毫无争议地成为国内证券市场的最大机构投资者。随着基金规模的持续发展，市场影响力的不断加强，在没有出现足够强大的新生投资力量来博弈基金的投资行为的前提下，价值投资理念只会不断地自我加强，并不可逆转地持续深化。

黑鱼之二：保险资金。保险资金的长期性和低风险偏好决定了其投资的主要标的物为高市值低市盈率股票。

改革开放以来，我国保险业保费收入年均增速高达30%以上，至2004年9月末，总资产达到11308亿元。1999年，保监会颁布《保险公司投资证券投资基金管理暂行办法》，允许保险资金投资证券投资基金。此后，基金在保险资产中的比重越来越高。保监会已将基金投资余额占总资产比重提高到15%，而截至2004年10月末，保险资金基金投资余额占总资产比重仅为6.4%，远未达到规定的上限。2004年10月，保监会联合证监会发布《保险机构投资者股票投资管理暂行办法》，允许保险资金直接入市投资股票，投资比例的上限为2003年年末总资产的5%。到2006年年底仅中国人寿一家保险公司的资产管理公司就管理着8000亿元的资产。因此我们相信，保险资金将是未来中国证券市场的另一条黑鱼。综合来看，由于缺乏制衡的对手，市场参与者和理念的多样性格局已被打破，如同黑鱼横扫美国，基金公司和保险



资金将成为内地证券市场的黑鱼也是必然。

要想成为一名成功的股市狙击高手，在进行股市的短线狙击之前，首先要完成这一切狙击之前的核心准备工作。股市狙击高手 90% 的工作都是在进行股市狙击之前完成的，因此才有可能保障股市短线狙击的成功，而不是像一些无知的家伙讲的那样只看技术指标就能进行股市短线操作。作为一名股市狙击高手，一定要利用证券市场的主力机构——黑鱼，然后用冷枪、冷炮对其运作股票进行狙击。



第二章 股市的意识流

第一节 谁来决定证券市场的定价权

“定价权”是现代市场经济中最迷人的字眼。为什么沃尔玛的采购政策能够决定某些地区经济的兴衰？为什么网络和商业连锁企业在国外资本市场估值较高？为什么中国轻微地提高利率就能够使全球原材料期货连续下跌？为什么上海期铜能够越来越多地影响伦敦乃至全球期铜的走势？全部因为三个字：定价权。

中国的企业到国外证券市场上市自然将定价权交给国外证券市场投资者；国外企业（比如中外合资）在中国证券市场上市，参照的是中国证券市场的定价标准。然而奇怪的是，有些人叫喊着中国证券市场上的定价权要与国际接轨。国外资本并不是中国证券市场的主要买方，更不是奇货可居的卖方，既然买货的是中国人，卖货的也是中国人，为什么中国证券市场上的定价权却要按照国外证券市场的标准呢？

理由很简单：投资者看到了金融开放的大趋势，任何一个金融市场都不可能在全球化的金融市场上成为定价的孤岛，因此模模糊糊地认为中国证券市场股价应该向国外接轨。国际化、国际接轨的大趋势没有错，错在接轨的盲目性。

我国的大部分投资者并不全面了解国外资本市场的理念和定价方式，谈到接轨，就知道市盈率。实际上大部分人不知道美国、欧洲、亚洲等国家和地区的平均市盈率是多少，只是想当然地认为国外的肯定更低（这都是股市2200点“泡沫论”时期的印象）。事实上，即使按照他们的标准，我们的证券市场定价也偏低了，低于法国、日本等国的平均市盈率，部分行业低于美国、亚太地区的平均市盈率。如果按照这些国家同样成长阶段的估值水平，我们的平均市盈率则更低了。况且，对于国外市场经常用的并购价值、重置价值等估值指标、方法，我国证券市场投资者都不熟悉，更不用说流行了。

因此，从某种程度上说，我们并没有学会国际投资理念和估值方法，我们所失去的定价权，欧美投资者并没有得到。

那么这个定价权谁得到了呢？是那些攻击中国经济体制、低估中国企业价值的少数投资者得到了。这主要体现在与我国香港股市接轨的理念上。



香港证券市场上的股票定价偏低，那是因为国际投资者不相信我们的企业管理模式，把我们低估了。举个例子，1998年，广东广信事件以后，香港市场上的很多红筹股债券都从120元以上跌到70元以下（面值100元），他们还在抛。当时只有我们内地投资者大量买进上海实业、光大控股、COSCO等公司的债券，因为只有我们了解这些企业的信用和实力。事实上这些买进的投资者一年的收益率都在50%以上，有的超过100%。境外投资者低估了我国企业的投资价值，结果他们就没有抓住对中国企业的投资机会。现在我国的市场经济地位仍然没有在国际上得到普遍承认，所以他们还会低估我国企业的价值。但是随着中国经济越来越全球化，国际竞争力不断提高，中国市场经济地位最终会得到承认。低估中国企业的境外投资者是否还会错过分享中国经济成长的机会？

因此，一方面我们应该接受、借鉴国际化的投资理念，另一方面也不能完全丧失自我，而应该寻求国际化投资理念与本土实际情况的有机结合。要破除因为国内的投资主体失去“定价权”而带来丧失标准的估值风险，主要靠三个主体——政府、基金等多种机构、证券研究机构及专家——发挥作用。

一、政府应该进行合理的引导和调节

估值风险首先是因为某些政策传闻产生的。比如蓝筹企业在香港、内地同时上市计划，又比如QDII计划，等等。上述政策传闻必将进一步放大中国证券市场乃至整个国民经济的宏观金融风险。

其次，商品的定价本身最直接的决定因素还是供求关系。虽然保险资金、企业年金入市，商业银行开办基金公司进行理财，让居民银行存款入市等政策在一定程度上能够补充证券市场的资金，但是整体而言，根本不足以弥补国有控股企业资金从证券市场的逐步撤退、个人投资者因为证券市场中上市公司质量太差而被迫转向银行存款等负面因素。况且在2004年上半年证券市场短暂的行情活跃过程中，我们的融资额也创了近几年的新高，直接导致证券市场投资功能的丧失。

因此估值水平的迷失不仅直接因为相关政策传闻引起，而且同政府所能调节的证券市场整体供求结构直接相关。所以解决当前市场估值危机，一方面要求政府慎推接轨政策，另一方面必须通过引进新的资金来平衡、改善当前证券市场的供求格局。比如，从对等的角度讲，国有企业和商业银行资金如果禁止进入股市，那么理论上也应该禁止其从股市上融资——或者同一个主体的投融资两个方面都放开，或者都禁止。另外，政府要从政策上对上市公司进行优胜劣汰，逐步把不合格的上市公司淘汰出局，恢复证券市场的投资功能。



二、培植基金等多种中国机构成为证券市场定价权的主导力量

中国的证券投资基金所掌握的资金总量已经超过证券市场流通市值的1/4，成为主流投资理念的实践者和引导者。今后这一力量还会进一步壮大。因此基金行业是本土定价权的主导力量，担当着重任。基金行业必须从前期模糊的价值投资、国际化投资理念中走出来：倡导以成长性投资和价值投资为主的多元化投资理念；倡导国际化投资理念和本土实际情况的有机结合；持续发掘、培育独特的中国概念以及在全球化进程中体现国家比较优势的上市公司，引导全球投资者认识中国企业的投资价值。但是仅有基金公司一家机构是错误的，必须培植更多体制类型的证券投资机构，如民间资本、保险、银行、资产管理公司、大财团等多种机构，进行博弈，才能完善中国证券市场的定价权。

回顾几年以来的几次行情，我们很容易发现每一波牛市的先机行动者，都不是基金，但是每一波行情的承接者都非基金莫属。这说明基金在一定程度上成了中国证券市场上追涨杀跌的力量，在一定程度上破坏了证券市场的稳定性。所以，要想保障证券市场的稳定，管理层必须公平地培植多种体制和类型的中国证券市场上的投资机构，而不是仅国家队这一种主体机构，否则，对证券市场的健康发展有百害而无一利。

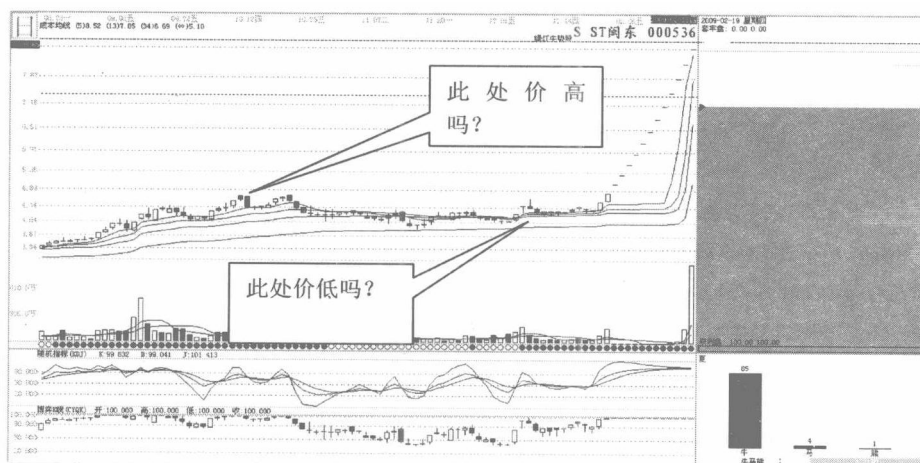
三、国内证券研究机构和金融专家成为理论上的引导者

如前文所述，我国大部分投资者对全球市场的定价水平（比如市盈率）并不了解；对发达国家已经走过的人均GDP 1000美元历史阶段的定价水平也不了解；对于具体行业比如科技股所用的复杂定价方法，商业连锁常用的市销率、并购价值、重置价值等估值指标、方法，我国证券市场投资者更很少应用；对于为什么国外投资者（相对于国内而言）更青睐于中国海外上市的网络股、科技股，为什么国外投资者以50倍以上市盈率收购、购买中国的商业连锁企业，为什么看好中国的品牌公司、购买具有国际竞争力的中兴通信和具有垄断特征的港口企业，我国投资者也缺乏深刻的理解。至于国外投资者因为国有体制“非市场经济地位”，甚至某些政治原因而低估中国绝大部分上市公司，我们更缺乏必要的研究，因此也丧失了应有的自信，更不用说引导外国投资者认识我国企业的价值。

国内的金融专家要在坚持中华文化智慧的同时，学习国际先进的投资工具性的理念，去伪存真，拨乱反正，树立对中国证券市场的信心，确立科学的、有中国民族文化特色的估值方法和估值体系。这就从实践上迫切要求我国证券研究机构和金融专家提升研究的水平，引导整个市场的研究和投资理念。



案例 1:

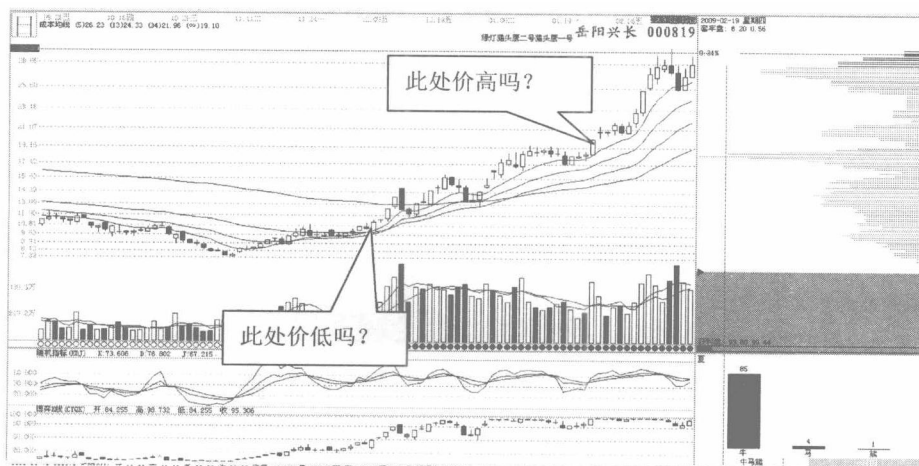


高峰体验:

A. 股票的定价权只有超级主力机构说了算，个人投资者是没有发言权的。股价多少算高，多少算低，股票价值怎么估算，这无论在哪个国家都是永远也说不清楚的东西。

B. 说白了是机构引导股市的力量进而主导股票的定价权，高了也是超级主力机构说了算，低了也是超级主力机构说了算。股市狙击能做的只有抓准股市的阶段性潮流，对此不可不信也不可全信。初期可以相信，然后等待机会利用；后期千万别相信，用逆向思维反向操作。

案例 2:



高峰体验:

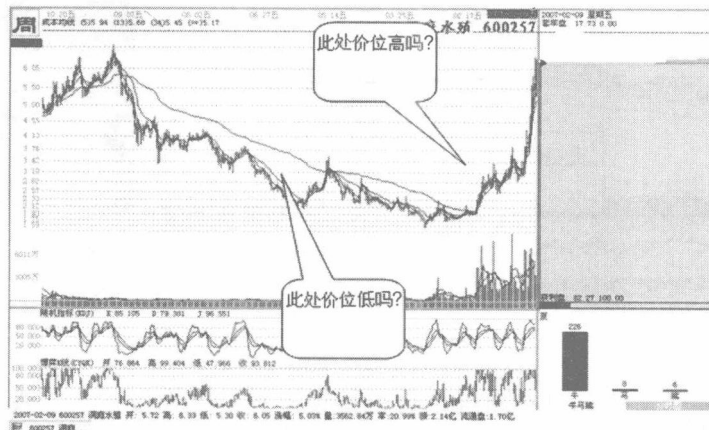
A. 股价的高与低，关键是看该上市公司的成长性是否与时代的发展相一



致，是否被超级主力机构认同；最后还得靠资金实力说话。

B. 不同行业的股票有不同的定价标准，这是一个约定俗成的标准，不是绝对标准。

案例 3：

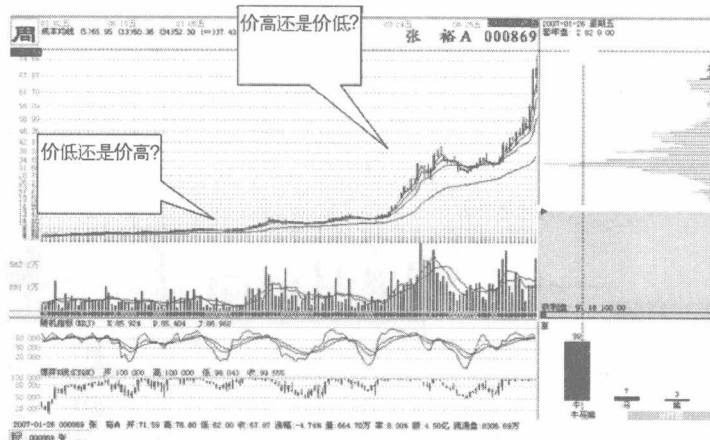


高峰体验：

A. 50 元的股票与 5 元的股票哪个高哪个低，关键还得看机构的投资理念是什么。

B. 谁都会认为发行价 1 元钱的股票上市后 40 元价格高了，可是超级主力机构说 40 元价格低了。当然还是有实力的机构说了算，这就是潮流，这就是定价权。

案例 4：



高峰体验：

A. 当超级主力机构既有研究能力，又有控制媒体的宣传工具，再加上雄



厚的资金实力，自然就拥有了股市的定价权。

B. 当股市狙击手的实力还不能操纵股市时，上策只能是利用有定价权的超级主力机构，紧跟着超级主力机构引导股市而形成的潮流——股市意识流——股市热点，而不要陷入股市定价权中去书生气地天真幻想。

第二节 股票投资价值依据

一、建立股市价值系统

面对复杂的股市，内心要有定力。

股市给我们的选择太多，如果没有自己的价值系统，就很容易失去方向。

没有自己的股市价值系统的人，置身于股市之中，犹如丢掉了罗盘的航船，随风飘荡；街谈巷议、道听途说的一句话，都有可能成为其决策天平上举足轻重的砝码；理性的思考、冷静的判断无从谈起。没有内心价值系统的人，在股市的言行举止很容易受到情绪的影响，哪怕是一件微不足道的事情，也让他烦恼、恐惧、忧虑。他的承受力就像一根苇草一样脆弱，对任何事情总是要左顾右盼，前怕狼后怕虎，不可能有坚强的毅力和顽强的斗志，最终无法逃脱股市的失败和不幸。

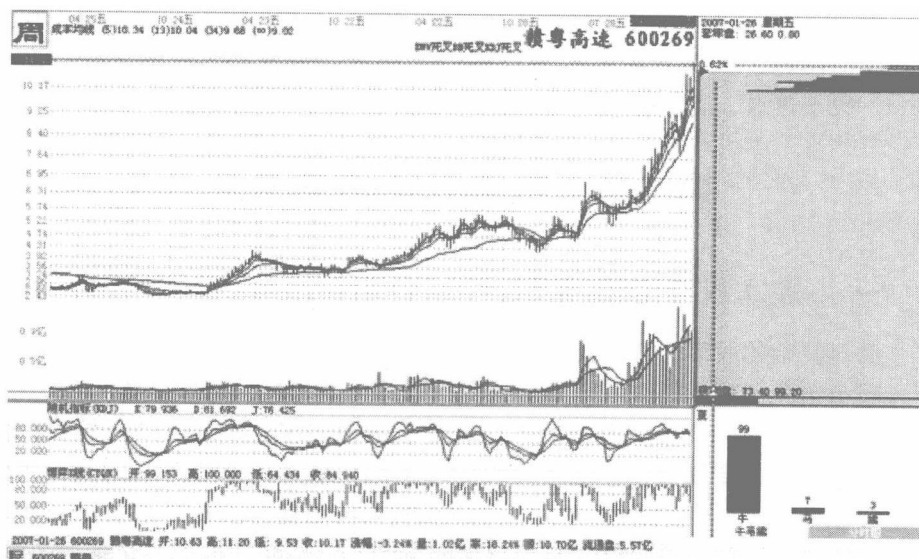
1. 把握趋势的力量

孙中山说：“历史潮流浩浩荡荡，顺之者昌，逆之者亡。”这句关于趋势的名言用在股市也同样重要。股市最重要的力量就是趋势的力量，任何机构、个股在股市如果与趋势抗衡就是死路一条。因此，要想在股市获得成功，首先必须准确判断股市的趋势，把握股市的趋势顺势而为。

趋势就是主力。在证券市场研究方法中，趋势的概念绝对是核心内容。趋势就是市场何去何从的方向，只有准确地判断股市大盘指数、各股的涨跌方向，才能在股市长期生存并获利。然而，股市的涨跌趋势是最难判断的。因为股市不会朝任何方向直来直去，股市运动的特征总是曲折蜿蜒，它的轨迹酷似一系列此起彼伏的波浪，具有相当明显的谷和峰。我们把上升的趋势定义为一系列依次上升的峰和谷，把下降的趋势定义为一系列下降的峰和谷，把横向趋势定义为一系列横向伸展的峰和谷。总的来说，股市运动大的方向就只有三个：上涨、下跌以及横向延伸。运用趋势分析的本质都是为了顺应趋势，这就是所谓的顺势而为。只有判明趋势，顺势操作，才能达到事半功倍的效果。在我国的证券市场规模越来越大的今天，参与股市投资的机构越来越多，任何一家或几家机构想操纵股市的时代已一去不复返了。那么这时只有认准股市“趋势”的大方向，才能永远立于不败之地。



案例：



趋势就是主力：

- 只有从下跌趋势转变成成为上涨趋势的股票，才能展开股市狙击。
- 对于上涨趋势确立的股票可以采取逢低吸纳、中线持有的策略，短线操作可采用持续放量、大涨时逢高减仓的策略进行高抛低吸。

2. 不要被“市场先生”的情绪所左右

巴菲特是以擅长投资股市著称于世的。他实际上是一个深谙股市博弈之道的人，他很清晰地阐述了按博弈观点考虑股市问题的思路。他的模型把股市竞局简化到了最简单的程度：一场他和市场先生两个人之间的博弈。局面非常简单，巴菲特先生要想赢就要想办法让市场先生输。那么巴菲特先生是怎样令市场先生输掉的呢？他先摸透了市场先生的脾气，他知道市场先生的情绪不稳定，股指会在大众情绪的左右下做出很多错误的事。这种错误是可以预期的，是必然会发生的，因为这是由市场先生的性格所决定的。巴菲特先生在一边冷静地看着市场先生的表演，等着他犯错误。由于他知道市场先生一定会犯错误，所以他很有耐心地等待着，就像我们知道天气变好后飞机就会起飞，于是我们可以一边看书一边喝着咖啡在机场耐心等待一样。所以，巴菲特战胜市场先生靠的是洞悉市场先生的性格弱点。所谓市场先生，就是除自己之外，所有投资者的总和。巴菲特洞悉了市场先生的弱点，其实也就是洞悉了股民群体的弱点。

在巴菲特面前，市场先生像个蹩脚的滑稽演员，徒劳地使出一个又一个噱头，却引不起观众的笑声；帽子举在空中不仅没有收到钱，反倒连帽子都被抢走了。但市场先生并非蹩脚的演员，他的这些表演并非无的放矢，其实



这正是他战胜对手的手段。市场先生战胜对手的办法是感染。巴菲特先生过于冷静，市场先生的表演在他面前无效，反倒在表演过程中把弱点暴露给了他。但对别的投资者来说，市场先生的这一手是非常厉害的，多数人都会不自觉地受到他的感染而变得比市场先生更情绪化。这样一来，主动权就跑到了市场先生手里，输家就不再是市场先生了。这就是市场先生的策略。

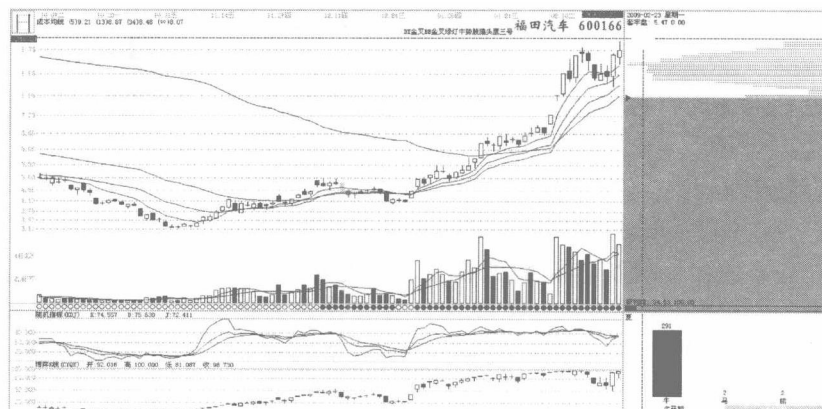
首先，市场先生要想让你发疯，自己必须先发疯。由于市场先生想战胜你，所以市场先生必然会先发疯，否则他就无法战胜你。因此市场先生的发疯是可以预期的，耐心等待必然可以等到。到时候只要能保持冷静，不跟着他发疯，就必然可以战胜他。

其次，和市场先生交易，重要的不是看他所出的价格，而是要注意他的情绪，看着市场先生的情绪进行买卖。当市场先生的情绪不好时就买入，当市场先生的情绪好时就卖给他，而不用管市场先生的报价到底是多少。考虑市场先生报价的意义也仅仅是为了通过价钱从另一个角度来观察市场先生的情绪，当他报价过低时说明市场先生的情绪不好，当他报价过高时说明他处于乐观状态。

如果能有一把客观的尺度来判断市场先生的报价是过低还是过高，则这种方法可以使用；否则如果没有这种客观尺度，那么看市场先生的报价是没有意义的，不能从中看出对市场先生情绪的判断。巴菲特的方法是掌握了一套判断股票价值的方法，从而有了一个客观的尺度来判断市场先生的报价是否过高或过低。股票趋势分析方法则是直接通过交易情况来判断市场先生的情绪。不管用基本面分析还是趋势分析，正确地判断市场先生情绪的前提都是自己必须保持冷静。

按这种思路，巴菲特赢的是市场先生，赢的依据在于市场先生的情绪不稳定，而巴菲特掌握了判断市场先生情绪的方法，赢得明明白白。

案例：



不被市场先生的情绪所左右：

A. 对于有投资价值的股票，当市场冷清的时候开始慢慢地逢低吸纳，进行长线投资，这才是股市赚大钱的思路。

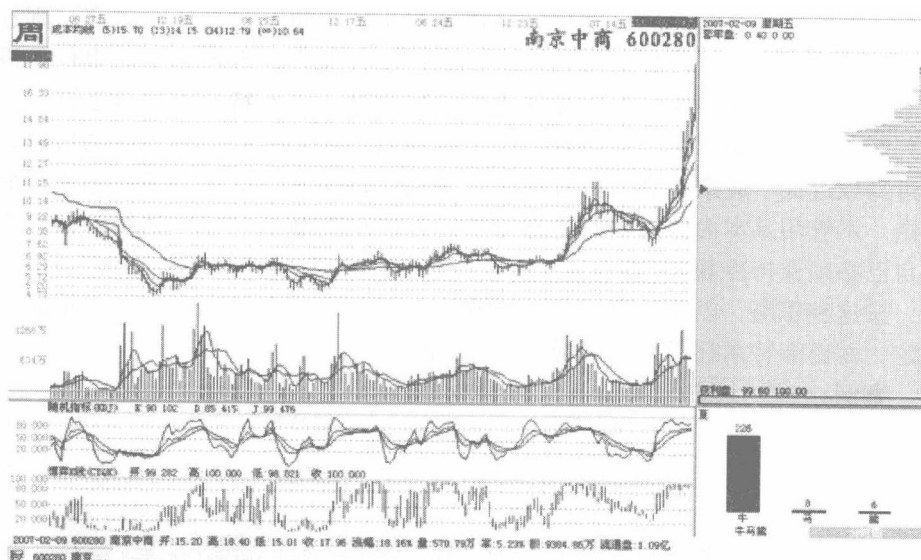
B. 当好股票上涨初期，涨幅总是慢慢的，此时要耐心持有。只有持续暴涨很长时间，市场疯狂到极致时，才可能考虑逢高减仓；千万不要刚一上涨，赚点小钱就卖出。

C. 股市稳赚不赔的哲学思想就是化繁为简：只要把股市的趋势判断准确和把市场先生的情绪波动规律弄清楚，然后建立以有核心竞争力的上市公司为标准的价值系统，再加上淡定从容的内心定力，在股市稳赚不赔就很轻松了。

3. 股市价值系统

例如：人民币升值，宏观经济向好，行业龙头，垄断或具有持续成长的行业，有核心竞争力的上市公司；价值低估的上市公司股票，阶段市场意识流（热点）。

案例 1：



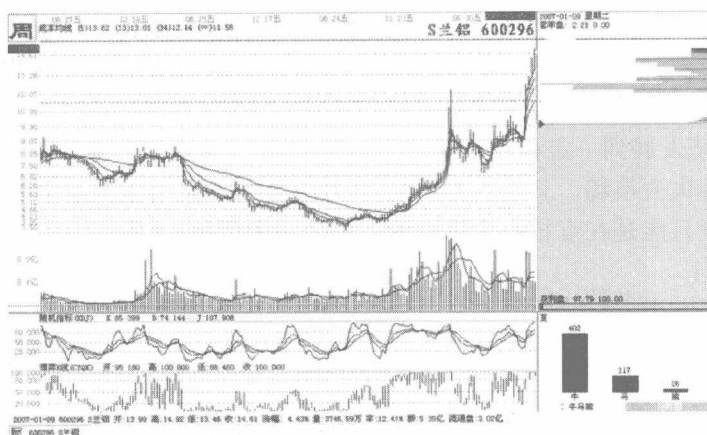
价值评估：

A. 只有常受冷落的板块才是超级黑马股的产生地。

B. 商业连锁板块长期在低位横盘，正是上市公司知耻而后勇进行变革时，同时也是超级主力机构价值发现后进行并购的最好时机。证券市场给了我们价值发现的机会，当价值严重低估的股票出现后，可以逢低吸纳，中长线持有。



案例 2:



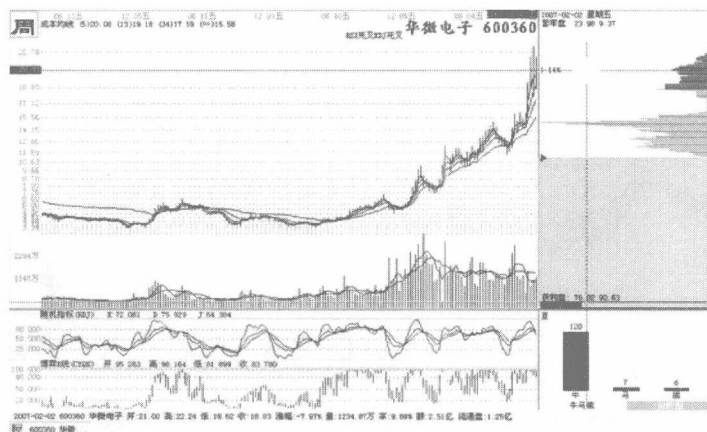
价值评估:

A. 证券市场是一个博弈的地方，当上市公司准备进行大规模的资本运作时，总是会调动一切力量来操纵，以求获得更高的暴利。这才是最真实的证券市场。

B. S 兰铝在低位价值低估时，上市公司为了在低位抢更多的筹码，操纵财务报表，在财务报表上让上市公司亏损，以便进一步打压股价进行低吸。这一招看似平常，实际上在股市实战中是极其阴险毒辣的，98% 的投资会在低位被这一招洗盘出局，然后主力机构才会慢慢上攻，等到最后消息公布上市公司的大股东要收购上市公司时，股价已经涨了好多倍。所以，股市狙击不仅需要发现价值，还需要内心深入的定力。只有淡定的、内心深入的定力才能击败股市中阴险毒辣的上市公司或超级机构。

4. 如何选黑马股

案例 1:

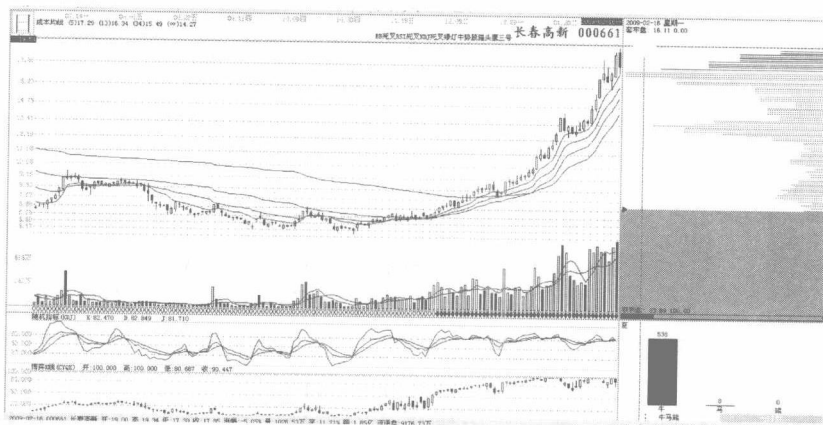


如何选黑马：

A. 有核心竞争力的上市公司是选择黑马股的首要条件。随着中国市场经济的逐步成熟，在各个行业没核心竞争力的公司都将会逐步淘汰出局，这是社会发展的必然。

B. 经济发展到一定程度，那些“皮包公司”或见什么赚钱就干什么的公司自然就会失去市场。只有有核心竞争力的公司才是有发展前景的公司，真正的黑马股只能是在有核心竞争力的上市公司中产生。

案例 2：

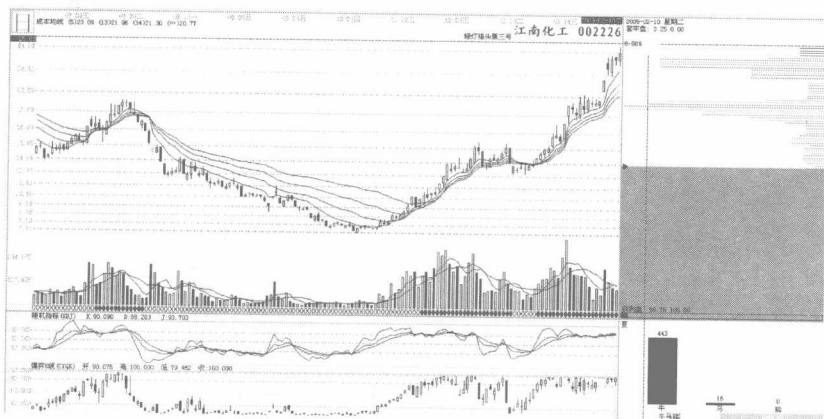


如何选黑马：

A. 股票投资的价值依据是什么？上市公司的行业及基本面占 50% 的因素，但起决定作用的还是超级主力机构。

B. 当一只只有成长性的好股票没有被超级主力机构发现时，也就是还没有形成意识流——股市热点；只有被主力机构发现并介入，才能逐渐形成股市热点潮流，才有投资价值，才能成为股市狙击的对象。

案例 3：



如何选黑马：

A. 有资金实力进行二级市场运作的行业龙头上市公司，又有业绩支撑，行业有一定的成长性，能和大机构或基金公司勾结在一起炒作自己股票的上市公司；最好是散户想不到，在市场有一定的影响力为最佳。

B. 股市如何不惑：敢于舍弃没有把握的股市机会，能够放弃股市看不懂的诱惑，才会做到在股市不困惑，把外界的压力转变成内在的张力。对经过深度研究的黑马股要敢于长线持有。

二、投资者征战股市靠什么

靠运气，靠关系，靠骗术，这些也许偶尔一次还可以，但靠这些想长期在股市里生存是根本不可能的。

在股市中持续成功，靠的是正确的哲学思想。人类征服大自然靠的是哲学思想，驾驭股市靠的也是正确的哲学思想。要想在 21 世纪的资本市场取得巨大财富，就必须有经得起时间考验的股市投资哲学思想体系。高瞻远瞩的职业投资家应该是拒绝追逐时尚，用超前的股市思想理念和哲学思想，使杰出的他们保持出类拔萃。100 多年来在资本市场取得巨大成就的三位大师级的人物江恩、巴菲特、索罗斯，都是哲学思想大家。江恩用了 10 年的时间在图书馆研究军事、哲学、经济的本质规律，才终成投资大师。巴菲特哲学功底深厚，毕生研究投资哲学，从来不看技术分析。正是由于他对投资哲学有深刻领悟，才成为投资大师。索罗斯大学毕业后初入股市 10 年没有什么成绩，经过痛苦的抉择，又回到大学研究了几年哲学，再度重出江湖时才获得成功，成为投资大师。我们放眼全世界，在资本市场真正取得持续成功，成为投资大师的只有这三位，而这三位投资大师又都是哲学家、思想家。

股市的短线预测是毒药，任何急功近利的短视想法在股市都没有出路。

我们来算一笔账：如果按复利计算每年 20% 的收益，10 万元，10 年计复利共 66 万多元。每年 30% 的复利，10 万元 10 年计复利共 138 万元。

1. 每年 30% 的理财投资收入，10 年资产增值 13.8 倍；10 万元 10 年后变成 138 万多元。

10 年理财复利表

单位：元

第一年： $10\text{万} \times 30\% + 10\text{万} = 3\text{万} + 10\text{万} = 13\text{万}$
第二年： $13\text{万} \times 30\% + 13\text{万} = 3.9\text{万} + 13\text{万} = 16.9\text{万}$
第三年： $16.9\text{万} \times 30\% + 16.9\text{万} = 5.07\text{万} + 16.9\text{万} = 21.97\text{万}$
第四年： $21.97\text{万} \times 30\% + 21.97\text{万} = 6.591\text{万} + 21.97\text{万} = 28.561\text{万}$



续表

第五年： $28.561 \text{ 万} \times 30\% + 28.561 \text{ 万} = 8.5683 \text{ 万} + 28.561 \text{ 万} = 37.1293 \text{ 万}$
第六年： $37.1293 \text{ 万} \times 30\% + 37.1293 \text{ 万} = 11.13879 \text{ 万} + 37.1293 \text{ 万} = 48.26809 \text{ 万}$
第七年： $48.26809 \text{ 万} \times 30\% + 48.26809 \text{ 万} = 14.480427 \text{ 万} + 48.26809 \text{ 万} = 62.748517 \text{ 万}$
第八年： $62.748517 \text{ 万} \times 30\% + 62.748517 \text{ 万} = 18.8245551 \text{ 万} + 62.748517 \text{ 万} = 81.5730721 \text{ 万}$
第九年： $81.5730721 \text{ 万} \times 30\% + 81.5730721 \text{ 万} = 24.47192163 \text{ 万} + 81.5730721 \text{ 万} = 106.04499373 \text{ 万}$
第十年： $106.4499373 \text{ 万} \times 30\% + 106.4499373 \text{ 万} = 31.813498119 \text{ 万} + 106.4499373 \text{ 万} = 138.263435419 \text{ 万}$

如果一家投资公司提供的股票理财投资可以保证未来 10 年投资者的资金每年增值 30% 以上，可以肯定地说，任何投资者从当下开始投资股市，未来 10 年的资产增值一定會在 10 倍以上。

2.1 万元每年 50% 的收益，10 年的复利是 57 倍。

单位：元

第一年： $1 \text{ 万} \times 50\% + 1 \text{ 万} = 0.5 \text{ 万} + 1 \text{ 万} = 1.5 \text{ 万}$
第二年： $1.5 \text{ 万} \times 50\% + 1.5 \text{ 万} = 0.75 \text{ 万} + 1.5 \text{ 万} = 2.25 \text{ 万}$
第三年： $2.25 \text{ 万} \times 50\% + 2.25 \text{ 万} = 1.125 \text{ 万} + 2.25 \text{ 万} = 3.375 \text{ 万}$
第四年： $3.375 \text{ 万} \times 50\% + 3.375 \text{ 万} = 1.6875 \text{ 万} + 3.375 \text{ 万} = 5.0625 \text{ 万}$
第五年： $5.0625 \text{ 万} \times 50\% + 5.0625 \text{ 万} = 2.53125 \text{ 万} + 5.0625 \text{ 万} = 7.59375 \text{ 万}$
第六年： $7.59375 \text{ 万} \times 50\% + 7.59375 \text{ 万} = 3.796875 \text{ 万} + 7.59375 \text{ 万} = 11.390625 \text{ 万}$
第七年： $11.390625 \text{ 万} \times 50\% + 11.390625 \text{ 万} = 5.6953125 \text{ 万} + 11.390625 \text{ 万} = 17.0859375 \text{ 万}$
第八年： $17.0859375 \text{ 万} \times 50\% + 17.0859375 \text{ 万} = 8.54296875 \text{ 万} + 17.0859375 \text{ 万} = 25.62890625 \text{ 万}$
第九年： $25.62890625 \text{ 万} \times 50\% + 25.62890625 \text{ 万} = 12.814453125 + 25.62890625 = 38.443359375 \text{ 万}$
第十年： $38.443359375 \text{ 万} \times 50\% + 38.443359375 \text{ 万} = 19.2216796875 \text{ 万} + 38.443359375 \text{ 万} = 57.6650390625 \text{ 万}$



1 万元每年 50% 的收益，10 年后是 57.6650390625 万元，10 年是 57 倍多。

3. 10 万元每年 100% 的收益，10 年的复利是 1024 倍。

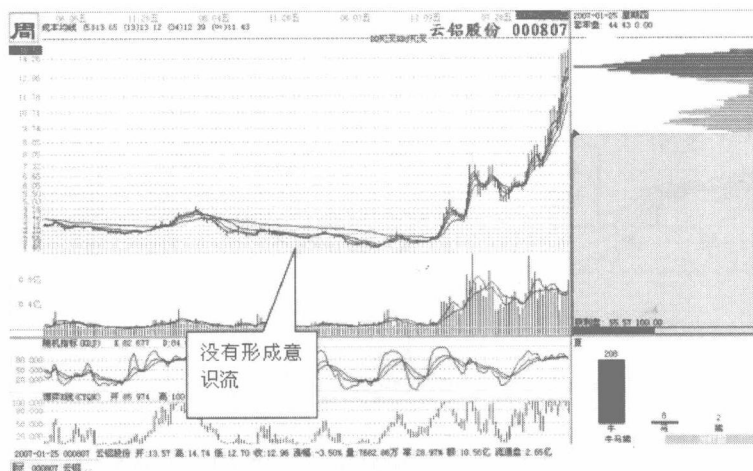
单位：元

第一年： $10 \text{ 万} \times 100\% + 10 \text{ 万} = 20 \text{ 万}$
第二年： $20 \text{ 万} \times 100\% + 20 \text{ 万} = 40 \text{ 万}$
第三年： $40 \text{ 万} \times 100\% + 40 \text{ 万} = 80 \text{ 万}$
第四年： $80 \text{ 万} \times 100\% + 80 \text{ 万} = 160 \text{ 万}$
第五年： $160 \text{ 万} \times 100\% + 160 \text{ 万} = 320 \text{ 万}$
第六年： $320 \text{ 万} \times 100\% + 320 \text{ 万} = 640 \text{ 万}$
第七年： $640 \text{ 万} \times 100\% + 640 \text{ 万} = 1280 \text{ 万}$
第八年： $1280 \text{ 万} \times 100\% + 1280 \text{ 万} = 2560 \text{ 万}$
第九年： $2560 \text{ 万} \times 100\% + 2560 \text{ 万} = 5120 \text{ 万}$
第十年： $5120 \text{ 万} \times 100\% + 5120 \text{ 万} = 10240 \text{ 万}$

10 万元每年 100% 的收益，10 年后是 10240 万元，10 年是 1024 倍。

进入股市一定要从长线的角度进行投资决策，短线人为的操纵而引发的追涨杀跌是股市投资失败最致命的原因。只有长线从价值低估的角度评估，从价值投资的思路介入，才能回避股市风险，获得稳定的高额回报。

案例 1：

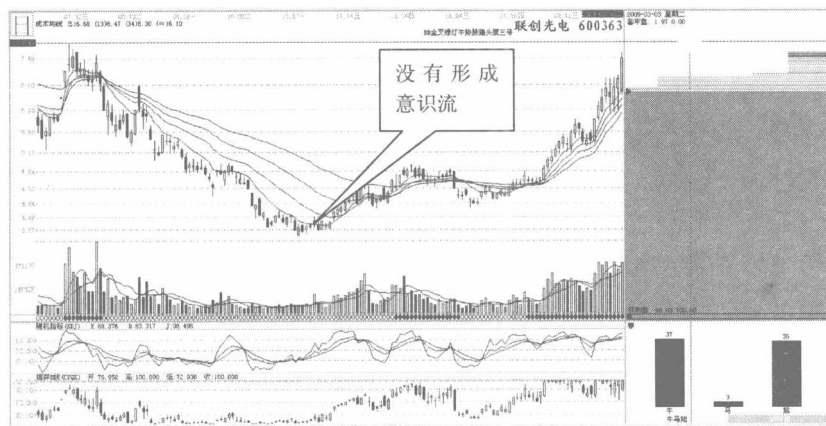


意识流：

A. 当一只股票既有成长性，业绩又好，行业也非常好，但是主力机构还没有完全介入时，就不会形成意识的潮流。因为没有主力机构引导，当然不能成为热点，也就只有不断下跌。但是这种下跌如果是缩量下跌则是主力机构诱空压低吸筹的手段。

B. 所以对于股市狙击高手来说，所谓的价值投资不是死教条，而更重要的是及时发现市场形成或正在形成的意识流——即机构引导的潮流热点。

案例 2：

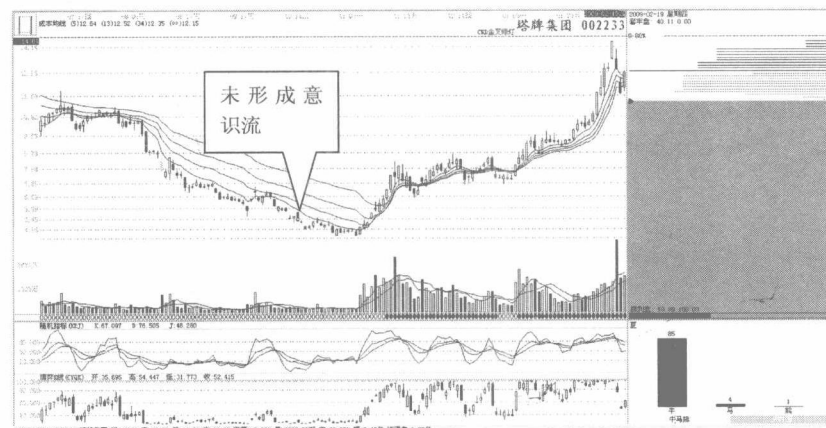


意识流：

A. 同样一只股票没有形成意识潮流时与形成意识潮流时，股价是天差地别。这就是股市意识潮流的威力所在，千万不可小视。

B. 对于股市短线狙击高手来说，从来都不狙击还没有开始形成意识潮流的有投资价值的股票，而是狙击主力建仓成功后，开始形成阶段热点的股票，在主力机构缩量压低洗盘的尾声介入，中长线持有。

案例 3：

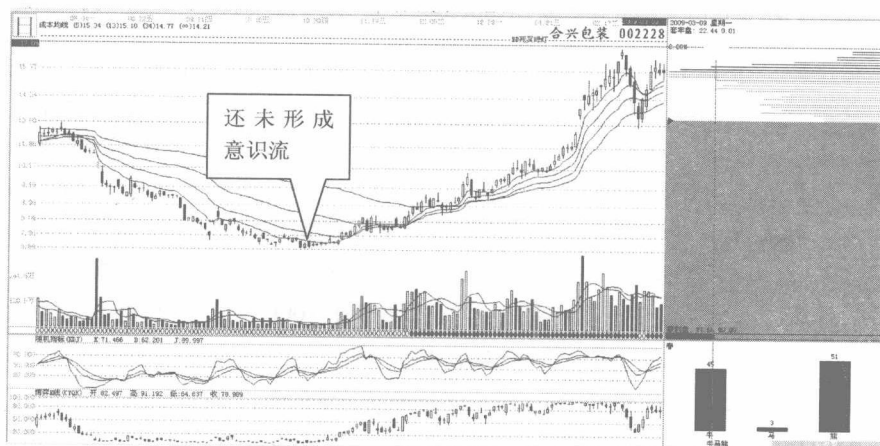


意识流：

A. 股票投资的价值依据是研究分析用的，是用来选择股票进股票池用的，而不是用来直接买卖股票的依据。只有书呆子才用研究分析的股票投资价值依据来投资股市。

B. 股市的短线狙击高手是先把有投资价值的股票研究透彻，再建立股票池，然后根据市场意识流的形成再决定先狙击哪几只个股。只有这样才能实现投资收益最大化。

案例 4：

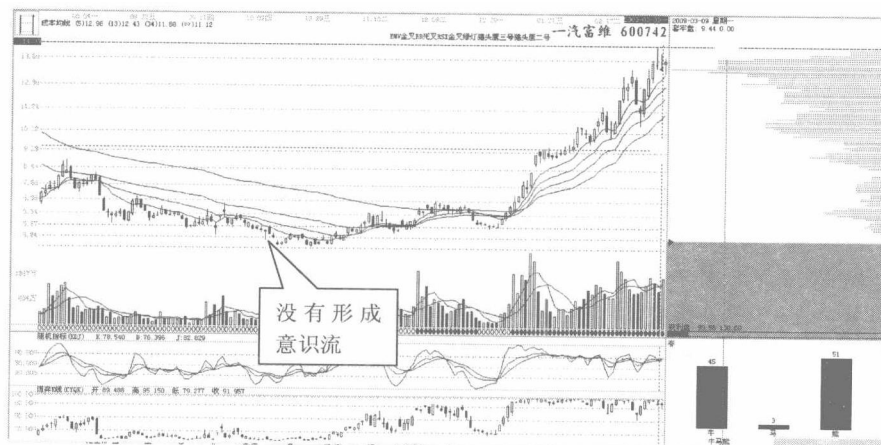


意识流：

A. 再好的股票，意识流没有形成时千万不要碰，只能观望并耐心等待。

B. 当好股票意识流正在形成时可以关注，并准备在其回调洗盘时进行狙击。

案例 5：



意识流：

A. 有些股票主力机构也会试探市场的反应，这就是说市场意识流能不能形成，有时候连主力机构也不太清楚。

B. 当主力机构试盘后市场没有反应时，主力则会顺势进行回调洗盘，然后等待时机成熟。可见股市意识流的形成是极其复杂的，有时候连主力机构也不能左右。所以，股市意识流的形成是在主力机构引导，市场有热烈反响，并形成共振，才能最终形成股市意识流，绝对不是简单的具备投资价值即可。

三、如何正确把握财富机遇

有这样一个关于机遇的故事：说机遇是个披着头发挡住脸的人，走过来时大家都看不清楚。当他走过后人们想伸手去抓，结果发现后面是秃瓢，已经抓不住了。所以，机会一旦错过只有后悔。记得 20 世纪 80 年代改革开放初期，少数有眼光有胆量的人发财致富了，大部分人开始后悔了。1995 年海南的房价只有 300 元一平米，少数买房子或投资房地产的人发财了，大多数人后悔了。2005 年下半年股市在 1000 点时，买股票或买基金的人赚钱了，大部分人后悔了。笔者多次讲课说过：中国股市在 1000 点不进来的人永远都会后悔。这就是机遇，就看您有没有眼光和胆量。

愚者错失机会，智者善抓机会，成功者创造机会。

最后送大家一句话：机遇总是留给有眼光和有准备的人。

第三节 市场意识流

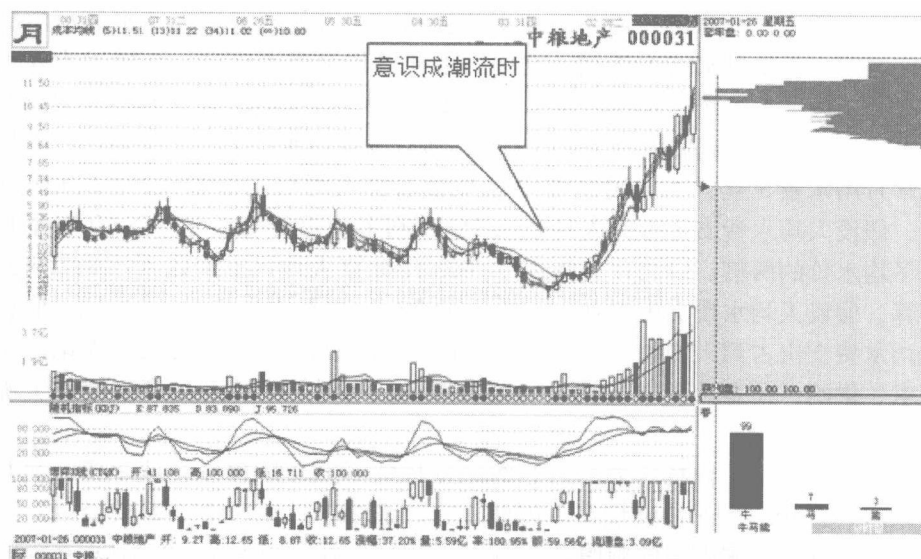
一、行业成长性分析

1. 房地产

2004 年国家推行宏观调控的主要目的是抑制房地产投资过快，调整房地产市场需求，使全年房地产市场呈现出发展中调整的态势。从 2004 年宏观调控情况看，宏观调控并没有收到任何成效，投资性购房并没有得到控制。针对不久前有境外媒体指出中国的房屋空置率已超过国际警戒线，同时有人认为中国房地产的泡沫可能已经开始出现破裂。其实，中国并没有空置率的说法，所谓的空置率是没有科学依据的，是个别媒体和学者炒作的结果。实际上房地产行业在未来几年里增长空间仍然较大。其主要原因是随着中国经济的发展，房地产仍然有一定的市场需求，虽然，已经不再是暴利行业，但有实力、有背景、有核心竞争力的上市公司仍然有发展前景。



案例：



意识流：

A. 当2004年国家宏观调控，银根紧缩时，房地产行业的日子是最难过的；但是上市公司的房产企业却反而更具发展潜力。因为国家的宏观调控把小规模的房地产企业逼出了房地产行业，而真正有实力的房地产企业在未来却迎来了较大的发展机遇。

B. 我们看到上市公司的房地产公司的股票正是在这种背景下被挤干了水分，而具备了投资价值和成长空间。先知先觉的超级主力机构介入该板块，开始引导市场形成意识潮流——热点将会形成。

2. 水行业

2004年以来，广州、北京、上海、深圳等全国大中城市都纷纷上调了水价。水价由三个部分构成，即资源水价、工程水价、环境水价。资源水价即水资源费，体现水资源的稀缺价值。它是用来调节人和自然约束的关系，本质上反应了当地水资源的稀缺程度。工程水价就是把资源水变成产品水，进入市场成为商品水所花费的代价，包括水利工程费、制水成本、输配水成本等，具体体现为供水价格。环境水价就是为治理污水和保护水环境所花费的代价，具体体现为污水处理费。

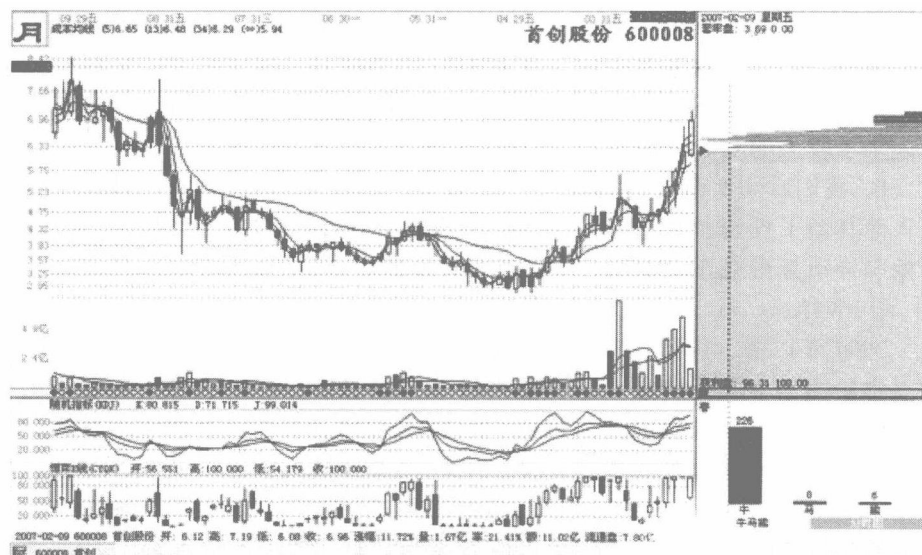
大体说来，经过20世纪90年代以来的涨价后，我国的工程水价已经逐渐调整到位，但是资源水价和环境水价还有一定的上调空间。从需求角度看，水作为生活必需品具有不可替代性，因此它的需求量对价格变化并不敏感。从供应的角度看，我国是一个缺水严重的国家，人均淡水资源仅为世界平均水平的1/4，在世界上名列第121位；是全球13个人均水资源最贫乏的国家



之一，而且南北差距很大。从成本的角度说，近年来各地水质不断下降导致净水成本增加；随着各地污水处理率的提高，污水处理费用也在提高；向缺水地区调水也使供水成本增加；这些因素使得供水成本上升。从居民收入角度来说，国际上的研究表明：当水费占家庭收入的2%时，居民开始注意节约用水；当水费占家庭收入的5%以上时，将对居民用水产生很大影响。按人均正常月用水量5立方米，2003年全国城镇居民人均可支配收入8472元来计算，假设人均水费支出占到人均收入2%，则平均水价为2.82元，几乎是目前平均水价的两倍。以北京为例，按2003年北京人均可支配收入13882.6元计算，假设人均水费支出占到人均收入的2%，则平均水价为4.63元；假设人均水费支出占到人均收入的3%，则平均水价为6.94元。总之，无论是从需求、供给，还是从成本、收入的角度来看，我国的水价都还有一定的上涨空间。

但水毕竟是一种特殊商品，它的定价权并不完全掌握在企业手里，而是由政府、公众和企业协商制定。因此，它上涨多少、何时上涨需要经过一定的程序，受到诸多因素的制约。

案例：



意识流：

A. 一个具备成长性的行业没有机构的引导是形不成意识流的。当机构介入时总会想办法让大家来关注该股票，海外大财团介入该股的信息一抛出来，意识流就会慢慢形成。

B. 只有在主力机构的引导下形成的意识潮流，才能把股票投资的价值依据拿出来，于是大家才相信。这就是股市意识流形成的特征。



3. 电行业

2003年以来随着煤炭价格的不断上涨，以煤炭为主要燃料的火力发电企业成本上升，其毛利率下滑趋势相当明显。而我国实行的在政府控制下的电价，无法及时反应电价的成本。因此，电力企业有调整电价以应对煤价上涨的强烈诉求。正是在这种背景下有了所谓“煤电联动”方案。从理论上讲，通过煤电联动方案，可以使电力企业成本上涨的大部分及时转嫁出去，获得正常的利润。但我们认为，此项措施实施起来难度较大，也并不能从根本上改变电力企业经营环境趋劣的困境。

首先，电价全面调整动力不足。发电企业上网电价必将由终端消费客户承担，而终端消费电价的调整波及范围广泛，短期内不可能有根本性的变动。一方面，电价上调会引起下游生产企业的生产成本增加，可能引发严重的通货膨胀；另一方面电价调整关系到地方利益、行业利益，其间的博弈关系纷繁复杂。

其次，电价上调空间有限。与发达国家相比我国的电价水平并不低，即使上调，空间也相当有限。资料表明，美国在2003年7月到2004年7月一年内的终端用户平均电价是7.47美分/千瓦时；而目前中国平均电价水平在0.5元左右，因此上调空间相当有限。

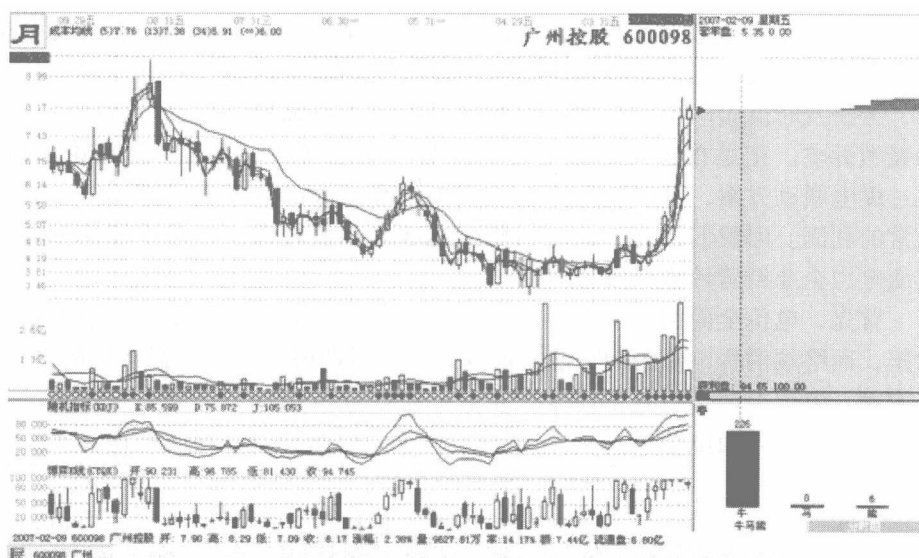
最后，煤电联动讲起来容易执行难。在电力供应仍然紧张的形势下，煤电联动真正实施只能是两种结果：电价随煤价上浮；煤价受电价制约。前一种情况上面已经说到，电价全面调整动力不足、空间有限；后一种情况是使“市场煤”倒退回计划管制时代，显然已无可能。我们认为有较大的可能是煤企业在实施煤电联动前将电煤价格提高到一个更高的水平上，以使计算的起点价格抬高。因此可以说在煤电联动的具体实施上，电力企业将始终处于劣势，无法通过这个措施获得足够的补偿。

从根本上说，提高运营效率，解决整个行业竞争不足问题，才是电力市场改革的关键。我国是继美国之后的第二大电力消费国。美国有世界上规模最大的电力工业，也是率先打破电力垄断，实现市场化的先驱。参照美国的经验，只有实现电力市场的充分竞争，使市场机制在配置电力资源方面发挥作用，才能有效提高电力产业的运营效率，并使电力终端销售价格多年来保持在较低的水平上，实现电力企业与电力用户双赢的局面。

从大方向看，美国电力市场化的模式即“厂网分离，竞价上网，政府（议会）定价”。在发电领域，打破投资限制，允许电力公司以外的投资者建发电厂，实行电力工业投资主体多元化；在电价方面，政府由不鼓励市场竞争定价，转为鼓励竞争，各发电企业竞价上网；在管理模式方面，政府打破电力公司垂直垄断经营的状况，发电业务与输电业务分离，分开结算。



案例：



意识流：

A. 该股票行业也好，成长性也好，又有投资价值，为什么还总是向下跌呢？说到底还没形成意识流，如果从长线投资的角度考虑，确实有投资价值；就是只要还没形成意识流，买入就会被套上。

B. 当该股一旦被机构引导，形成潮流，形成意识流，成为热点时，一波较大的上涨行情才会来临。

4. 天然气

燃气，可以分为人工煤气、液化石油气、天然气三种。人工煤气包括煤制气和油制气，煤制气的成本与煤价密切相关，油制气则与重油价格密切相关。液化石油气是炼油厂在催化裂化石油生产汽油、柴油过程中的副产品，其价格随原油价格波动。

天然气则是一种埋藏在地下的不可再生的天然资源，主要成分是甲烷。另外，按照输送方法不同，城市燃气又可分为管道燃气和非管道燃气；人工煤气、液化石油气和天然气都可以通过管道输送。其中管道燃气适用2004年5月1日开始实施的《市政公用事业特许经营管理办法》，其价格由直辖市、市、县人民政府有关部门，按照有关法律、法规规定的原则和程序，审定和监管；而非管道燃气（主要指瓶装液化石油气）的价格自1999年起就已经市场化。

2004年国际石油价格节节攀升，受其影响，已经完全市场化的瓶装液化石油气价格随之大幅上涨，各地涨幅在70%~80%不等，10月份我国各大城市15公斤瓶装液化石油气价格普遍超过80元。管道燃气属于市政公用事业



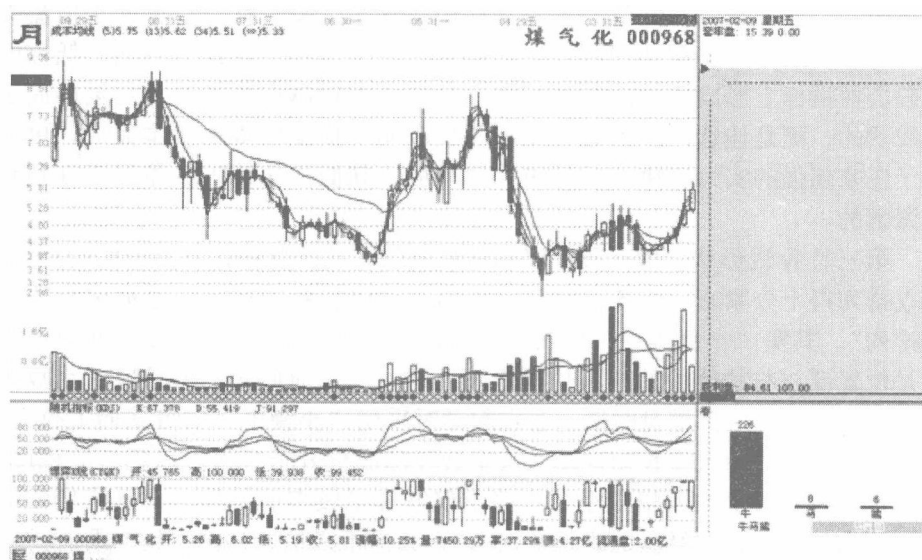
特许经营行业，其价格的上涨通常须召开听证会后由当地物价部门批准。然而管道液化石油气和瓶装液化石油气的本质是相同的，大部分经营管道液化石油气而近几个月又未调整燃气价格的公司，都是在亏损状态下艰难运营。一些地区的管道液化石油气价格已经开始上调，但涨幅低于瓶装液化石油气。例如，无锡市 10 月管道液化石油气价格上涨 4%，深圳市 11 月管道液化石油气价格上涨 8.5%。

我国煤炭价格自 2003 年以来也不断上涨，因此由煤制作的煤气成本明显上涨，并推动了价格上涨。比如，吉林省煤气出厂价格已比 2002 年同期上涨 21.3%。同时，很多城市的管道人工煤气公司纷纷向各地物价局申请涨价。如苏州燃气集团有限责任公司申请将民用管道煤气价格上涨 21%，南京煤气总公司申请将管道人工煤气价格上涨 42%，等等。

从趋势看，由石油或煤炭制得的气体价格将会随石油和煤炭价格而变动；由于资源的短缺性，总趋势应是上升的，但在幅度上将会受到一定的制约。

相对于其他两种气源，天然气的生产过程与煤炭和石油都无关，其价格应基本保持稳定。但在其他两种气源价格上涨的情况下，天然气也出现了搭车涨价的现象，个别城市将管道天然气的价格也上调了 20%。从 2004 年看来，由于天然气相对比较充足，且不是由其他产品制的，因此今后在相当长的时间内其价格不会与其他气种同涨同落。

案例：



意识流：

A. 再好的行业，再好的成长性，当没有机会引导其成为股市潮流时，只



能是一路下跌。从投资价值上研判，该股确实具备投资价值，可是在没形成意识流之前买入只能被套牢。

B. 投资者常犯的错误是该股有投资价值而不买入，许多机构也经常犯同样的错误，如基金公司在2004年4月时，在1700点以上买入有投资价值的股票，但是在中国真的具有长期投资价值的股票只有千分之二三，这不就只能赔钱了吗？所以再好的股票也要等到形成意识流之后再介入。

二、市场意识流

黑马股的早期技术特征主要表现在以下几个方面。

第一是形态。绝大多数的黑马股在起动之前都有一段较长的吸筹期，时间为1~4个月，甚至更长。表现在K线形态上，就是较长时间的横盘。这种股价低位的底部横盘是主力机构准备引导市场潮流的准备期。对于这种横盘，应把握好位置这个要点。低位的横盘应在20日移动平均线附近，最好在20日移动平均线之下的一格左右徘徊。据统计，近年来飙升2~5倍的黑马股中，有70%是在20日移动平均线之下的一格左右横盘多日的。这表明做空的力量已经消耗殆尽，股价已经在超卖区基本站稳；主力机构庄家建仓完成后，开始准备引导市场潮流趋势，逐步开始形成市场意识流。

第二是筹码分布状况。低位的横盘并不代表庄家吸筹基本完成，若过早介入，您的资金将被锁定相当长的一段时间，这在资金的全盘调度上是极不合算的。一般说来，若低位的筹码呈现松散状态，表明整个局势处于横盘吸筹的初期，后面的路程还很漫长，不必急于介入。到了横盘的后期，低位的筹码会在指标上形成极度压缩的情况。凡是压缩得越扁越长的，甚至形成了细线状的，更是佳选，因为此种品相不仅表明了横盘吸筹的基本完成，更表明了庄家超强的实力与决心。超级大黑马股，其低位的筹码压缩程度都是相当紧密的。

第三是K线形状。黑马股在底部横盘时的K线形状往往具有鲜明的特色，不仅排列得十分紧密、整齐，而且呈现出一种碎粒状的样子，也被称为“小豆排列”。其实“小豆排列”的情况相当常见，区别在于：黑马股的小豆排列一是位置低，与其他股的中高位横盘不一样；二是时间长。黑马股的小豆排列往往贯穿整个底部横盘时期，若在起动时采用“小慢牛”的方式向上拉升，这种小豆排列的情况将长期延续，甚至会伴随股价升至令人难以置信的程度。小豆排列表明股价的震幅很小，庄家不仅掌握了较多的筹码，而且有较强的控盘能力。因此，有经验的股民常说：“不必慌不必忙，小豆拉起再跟上。”

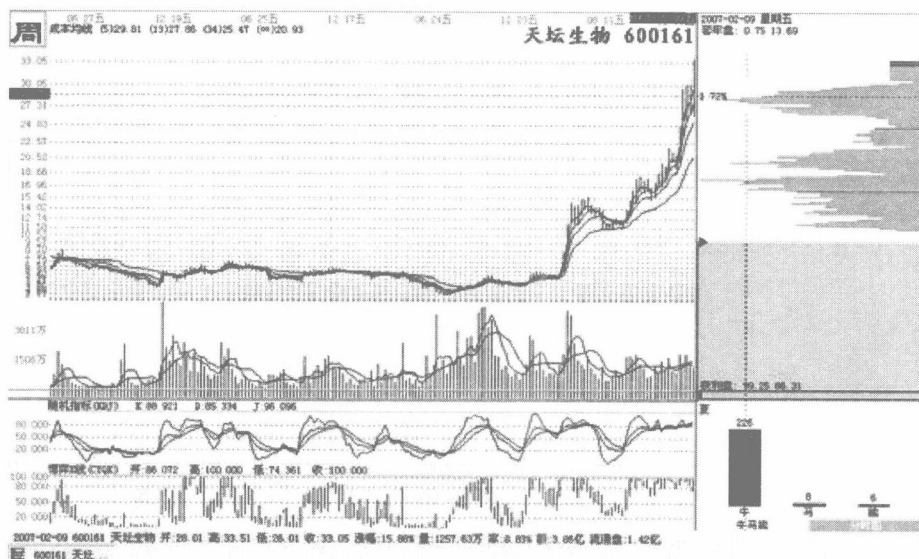
第四是量能。绝大多数的黑马股在底部横盘时期的成交量均会大幅萎缩，在成交量指标上会形成均量线长期拉平的情形，犹如用细线穿起了一串珍珠。但应注意，直接目击测量虽然有着直截了当的效果，却不如用技术指标来得



精确可靠，因为有的个股会出现成交量大幅萎缩，但量能指标仍没有调整到位的现象。例如，在1999年年初时，许多股评人士均看好绩优股，并认为绩优股已下跌多时，一定会有一波行情。但市场偏偏开了个大玩笑——当时的绩优股毫无起色，反而是一批垃圾股揭竿而起涨幅可观。

究其原因就是当时的绩优股没有调整到位，而一批垃圾股不但成交量萎缩，而且OBV量能指标早已在底部匍匐多日，正所谓“蓄之愈久，发之必速”。其道理在于：任何庄家想要塑造出一匹黑马，就必须在底部握有相当的筹码。而OBV在底部横卧多时，恰恰是其吸筹的直接写照。细心者可以发现：在OBV迭加图中，OBV指标基本是形成一条横线的，而股价的波幅要大于OBV。一般说来，当股价第二次（有时是第三次）碰触到在下面横盘的OBV指标时，这匹预备役的黑马将在很短的时间内奋蹄而起。把握以上股市意识流的特征后，更重要的是要在股市实战中反复训练自己股市狙击高手的第六感，直到能感觉到明天哪只股票能够涨停板。这就是股市短线狙击高手的境界。

案例1：

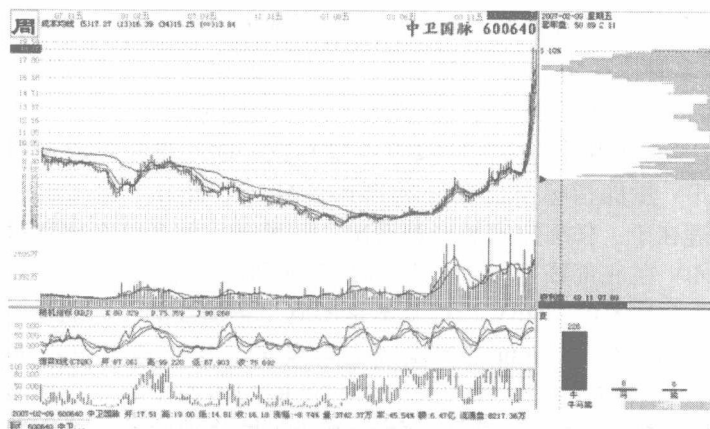


意识流：

- A. 一只业绩不好的股票在适当的时机被机构引导也能成为意识流。
- B. 只不过这种意识流较难把握，是风险较大的意识流。但是，这种股市意识流一旦被主力机构引导，其涨幅是相当惊人的。



案例 2:



意识流:

A. 这种意识流则较容易把握。这样的具有投资价值，又有核心竞争力，且具备成长性的上市公司被并购重组后的股票，在机构的引导下形成意识流时，进行狙击较为容易。

B. 股市意识流的形成是在机构的引导下，引起市场的共鸣，从而形成潮流，形成趋势，形成热点，而且是越来越强，不断推动着股价上涨，浩浩荡荡，这就是股市的意识流。作为股市的狙击高手，只有紧跟股市的意识流进行短线狙击才能取得最大的股市成功，享受股市短线狙击成功后的高峰体验和快感。

第四节 股市热点的形成

一、市场有效性

证券市场的有效性包括以下三方面的含义：①信息有效性。即在有效型市场中信息是完全的，没有不对称分布的现象；信息可以及时、准确、无成本地取得，并能够及时、准确地反应到证券价格上去。证券价格能够准确地反应其内在价值。②交易有效性。即交易时间和交易成本接近为零。③功能有效性。即证券市场的价格机制能够正确地引导资本流向，实现资源有效配置。

1970 年，法玛提出有效市场概念。法玛认为，当证券价格能够充分地反映投资者可以获得的信息时，证券市场就是有效市场。在有效市场中，无论选择何种证券，投资者都只能获得与投资风险相当的正常收益率。法玛根据投资者可以获得的信息种类将有效市场分成三个层次：弱势有效市场、半强势有效市场和强势有效市场。其差异在于各自所涉及的信息是不同的：弱势



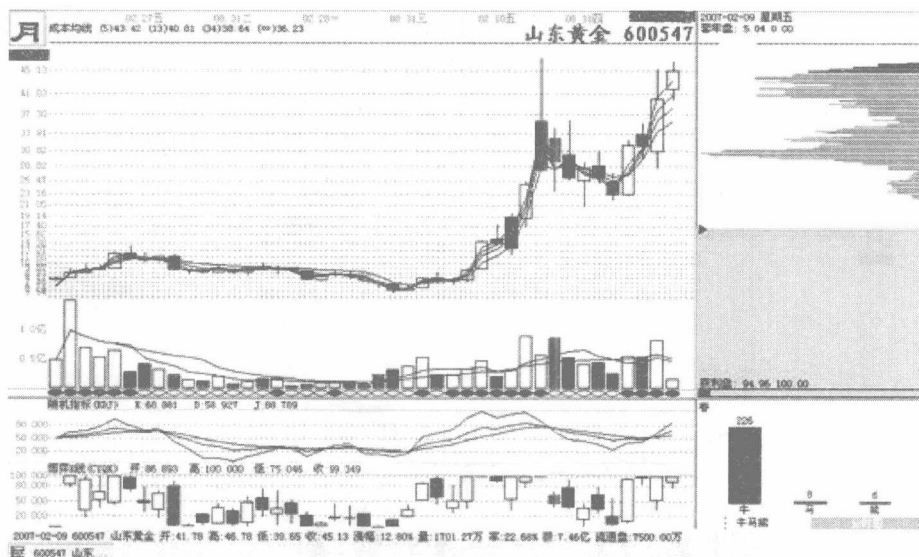
有效市场中的信息，仅指以往的证券价格信息；半强势有效市场的信息，包括所有公开可获得的信息；强势有效市场中的信息，包括了所有的信息（公开信息和内幕信息）。如果弱势有效市场假设成立，则技术分析法无效；如果半强势有效市场假设成立，则基本分析法无效；如果强势有效市场假设成立，则内幕操纵将变得无利可图。目前中国证券市场正处在弱势有效市场向半强势有效市场过渡阶段，所以，技术分析有 10% 的作用，基本分析有 20% 的作用，内幕操纵有 30% 的作用；市场潮流——心理分析，有 20% 的作用；政策影响有 20% 的作用。

(1) 弱势有效市场。在弱势有效市场中，证券的现行价格反映了有关该证券过去价格和收益的一切信息，它与证券价格的未来变动毫无关联。

(2) 半强势有效市场。在半强势有效市场中，证券的现行价格反映了过去价格、过去收益上的一切信息，而且还反映了当前一切可以得到的公开信息。

(3) 强势有效市场。在强势有效型市场中，证券价格反映了所有对证券价格能够产生影响的公开和未公开的信息，任何投资者都无法凭借其他信息渠道获取超额利润。在这种市场中，证券价格是其真实价格的准确反映。

案例：



热点的形成：

A. 中国股市的热点龙头股的形成是主力机构精心策划，准备充分之后，经过多次不断的诱空打压，达到筹码高度集中后，主力才用大量资金进行炒作才形成的。

B. 这种热点龙头股只要形成，就有 10 倍的涨幅。



二、潮流趋势

证券市场的“泡沫理论”。这一理论认为，证券市场存在固有缺陷，人们的行为被投机心理所牵引，促使证券价格在某些特定时期被非理性推高，市场价格与证券的真实价值渐行渐远，起码背离真实价值，形成价格泡沫。在这种情况下，股票价格与上市公司的内在价值之间几乎没有任何相关性，股票成为一种纯粹投机的交易工具。

公司的市场价值不等价于企业内在价值，主要是因为：

(1) 在本体论的意义上，企业的内在价值本身是不确定的和随机游变的。
(2) 从认识论的意义上说，由于信息的不完全和有限理性，人们不可能对企业的内在价值做出完全准确的判断。

(3) 证券市场的定价是依据供求关系来进行的，供求关系受影响于各种客观因素和主观心理，处在永恒不息的变动之中。

现实中铁的事实是，世界上没有一个资本市场是属于有效资本市场假说意义上的那种有效资本市场。换句话说，世界上没有一个资本市场的证券价格能够不偏离公司的内在价值。与此相同的、铁的事实是，世界上没有一个资本市场的证券价格是能够真正地脱离公司的内在价值的。

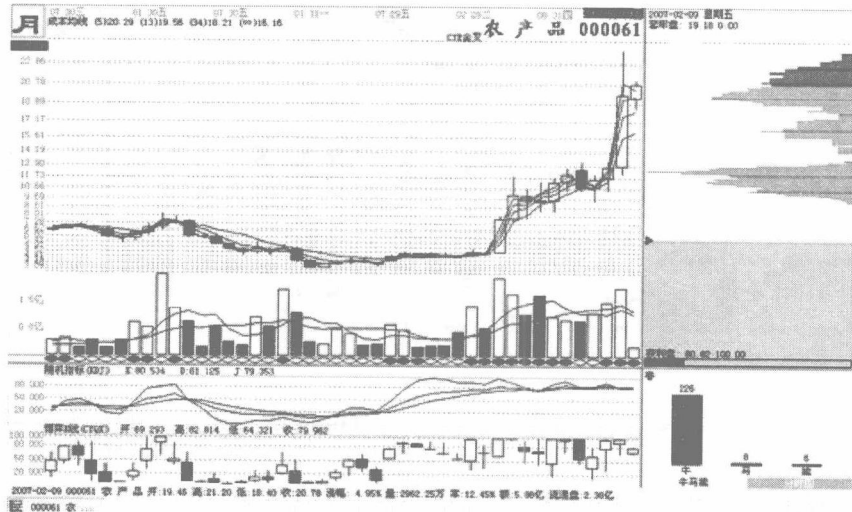
第一种情况是同一个经济体性质相同的各个市场之间的区别。

第二种情况是不同经济体资本市场之间的区别。

第三种情况是同一经济体性质不同的资本市场之间的差异。

第四种情况是同一个证券市场同一个公司，在不同的时段股价不同。

案例：



潮流趋势：

A. 世界上任何国家股市的潮流趋势热点，都是超级主力机构精心策划准备后引导市场形成的。这种思路在证券市场永远都不会改变。

B. 证券市场的潮流趋势能持续多长时间，取决于主力的实力与背景，以及主力机构资本运作的目标。

在证券市场上，资本无论在时间上还是在空间上都不是均衡分布的，而总是以一种“潮流”的形式展开永恒不息的流动。潮流所向，渐成市场热点，股价愈推愈高，直至上升，起码至潮流衰退，股价全面回落，由此完成又一个热点转换和潮流轮回。“潮流轮回”是资本市场上资本分布与资本流动的最重要特征，也是影响股价波动的最重要力量。由于资本分布和流动总以“潮流”的形式来展开，所以在世界绝大多数资本市场里，上市公司的股价都呈现出明显的“热点效应”和板块分化现象。热点转移和潮流轮回的过程，也就是各板块股价随时间段不同而跌宕起伏的过程。

在现实的资本市场上，尽管“潮流”的酝酿往往不乏人为引导，甚至是人为操纵的因素，但潮流的最后形成所依赖的是市场主流意识的形成。尤其在一个相对成熟的市场里，潮流从根本上来说是资本市场上生的。资本潮流的背后是市场的意识流，而这种意识流由所有市场参与者在互相博弈和相互影响中自然形成，它是市场的一种集体无意识。正是这种市场的集体无意识左右着资本市场上的潮起潮落。所以，如果说是上市公司个性与资本市场个性的差异决定了上市公司市场价值的基础定位，那么是市场意识流左右着公司股价的不息波动。上市公司要想成为可持续的市场潮流意识，一是上市公司自身必须持续发展，其业绩增长能与股价涨幅相配，不断强化上市公司的核心竞争力及对股东的回报；二是要利用机构来引导市场潮流，使更多的投资者来支持上市公司的持续发展，成为股市可持续的意识流。

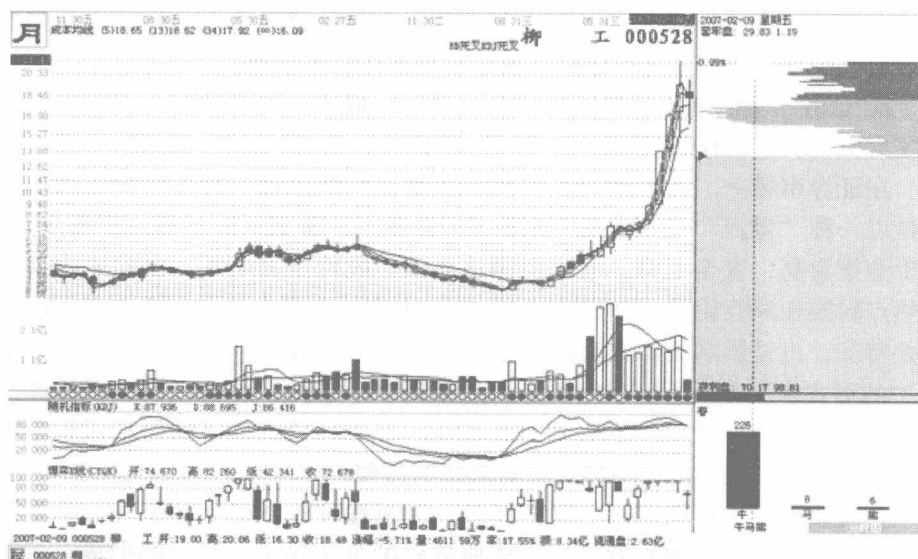
这对企业资本增值的一个重要意义是，市场意识流的迁移及其所左右的股价波动，构成为上市公司价值生成机制中的一个重要因素。所谓上市公司的资本经营既是一门科学又是一门艺术，其艺术性要求的很大一部分都与此有关。

三、两种投资哲学

上市公司的市场价值主要取决于三个相关因素：（1）上市公司的个性（即上市公司特定的质地与形态）；（2）资本市场的个性；（3）市场意识流。所以，上市公司的市场价值并不是企业内在价值的机械反映，它与企业的内在价值不是完全等价的。



案例 1：

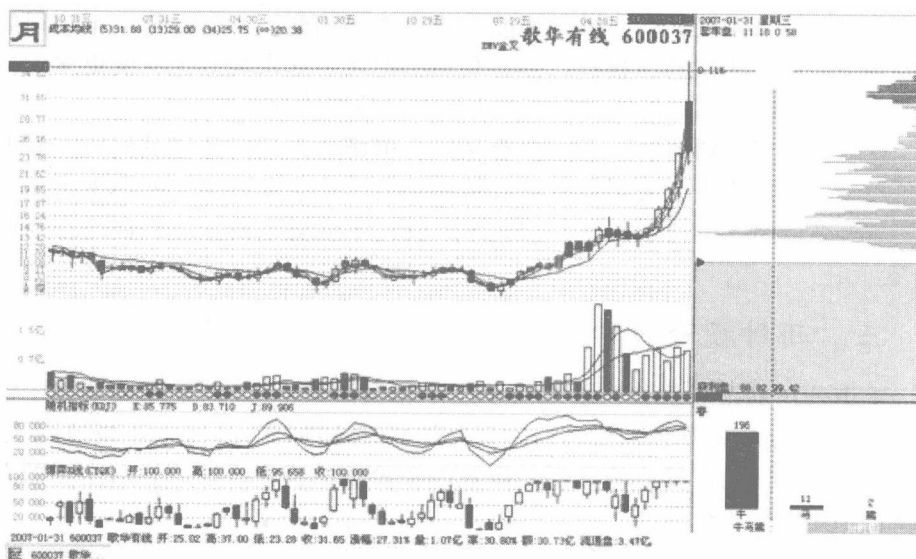


从价值低估到业绩增长：

A. 主力机构运作每一只股票都需要相当长的时间准备。主力机构建仓的时候，为了打压股价，就会操纵财务报表，少做利润或做亏损。

B. 等股价炒作到高位后，再把业绩从财务报表上操纵成绩优，充分显示出上市公司的成长性。这才是股市的博弈特点。

案例 2：



有成长性的股票：

A. 有成长性的股票机构也会利用市场低迷时打压吸筹，同时也会玩操纵财务报表的游戏。

B. 资本市场有巨大利润，是机构想方设法进行操纵的原因。无利不起早及资本逐利的本质才是真正的股市，所以，上市公司的财务报表是真真假假，让投资者看不懂。但是，再狡猾的狐狸也会露出尾巴来，这就要看您是否足智多谋、智慧超群。

正是由于上市公司市场价值的上述三个相关因素，导致了西方市场上跨市套利行为的存在和两种投资哲学的分野。重视公司个性对股价的影响的投资者，发展出一套立足于公司基本面的投资哲学和分析方法。这一投资流派以证券分析之父格雷厄姆为理论宗师，巴菲特、彼得林奇为杰出代表。该流派认为，股票价格最终决定于公司的内在价值，市场中会经常出现价值高估或低估的现象；无论是高估还是低估，它们迟早都要完成价值回归。所以证券分析的重心就是分析公司的内在价值，然后对比它们的市场价格。投资决策的准则就是：买入被低估的股票，卖出被高估的股票。

与这一流派相对应，另一投资流派则更为重视市场意识和市场心理对股价的影响。这种流派以投资家乔治·索罗斯为杰出代表。这种流派的哲学认为，世界上并不存在完全效率的资本市场，也不存在所谓的由公司内在价值决定的股票均衡价格。市场的走势是交易行为与股票价格交互影响的结果，这种交互影响的中间桥梁和背后因素就是市场心理。并不是公司的内在价值决定市场的波动，而是“市场决定市场的自我循环”（索罗斯，1997）。由于市场心理的惯性，市场的自我循环总表现为这么一个过程：单方向趋势不断强化，直至相应的能量释放完毕，然后开始反方向的趋势形成；投资机会主要存在于这种趋势能量的生成与释放之中。所以，投资分析的重心不应该是分析所谓公司的内在价值，而应该是分析市场心理和市场趋势。相应地，投资决策的准则不是去寻找和发现价值低估的股票，而是去捕捉市场的热点——趋势，在市场的波动中进行高抛低吸。

心理分析流派抛开有效市场理论，从能决定市场价格本质特征的最基础的东西入手，还投资行为以本来面目，而不是靠理论化模型来决策。因此，心理分析流派的合理性是不容置疑的。实证研究也表明，人们的心理因素是影响价格运动的重要因素，有时其影响甚至是决定性的。

但心理分析流派也有自身的弱点，主要表现在人们的心理难以把握，难以量化，因而难以客观评价。

心理分析流派不像基本分析和技术分析流派那样有较长的历史且有相当成熟的分析技术体系，但它是一个有发展前途的派别。

上述两个投资流派构成世界资本市场上两种基本的投资哲学。由于它们



都抓住了影响股票价格的一个重要的相关性因素，所以它们都有杰出代表取得令人高山仰止的成功。又由于它们都只抓住了一个影响股票价格的相关因素，所以它们都错失了对方哲学所能昭示的大量投资机会。但是中国人对这两种投资哲学都可以同时运用，因为中国有《易经》，中国文化讲有阴有阳；中国的股市狙击高手可以抓住这两种投资哲学的机会，并可以从容应对。世界上凡是理性的股票投资行为，其背后的依据，都不超出这两种投资哲学。区别只在于，有的人坚守其中的一种，有的人则不断地游移在它们二者之间。从证券投资的角度上说，这种投资哲学各有千秋，不分高下，只是运用之妙存乎于心。视乎各人的天然禀赋，择其之一而研习、领悟、坚守，都可能获得大成功。

从上市公司资本经营的角度上说，在影响公司市场价值的三个相关因素中，上市公司的质地属于公司基本面的范畴，体现为公司经营的结果。它主要取决于上市公司的资源禀赋和经营能力，是公司的经营努力所能直接地加以改善或导致恶化的。资本市场的个性，是单个上市公司的人为努力所不能影响的，但上市公司可以在不同的资本市场之间做出自己的选择。市场意识流作为资本市场里内生的某种集体无意识，它并不为某个上市公司所左右。

由此我们自然地导出上市公司资本经营中关于上市公司市场价值的三个基本立场：（1）致力于公司的产业经营，全力以赴改善公司的基本面，以提升公司的内在价值。（2）选择一个最适当的资本市场，以使公司的价值得到最佳的价格表现，即促使公司的市场价值实现最大化。（3）重视市场意识流及其带来的股价波动，利用其对公司经营有利的一面，回避或缓冲其对公司经营不利的一面。

现实中，市场是存在操纵力量的，但是是不完全的，交易是存在成本的；经济人的理性是有限的，其经济行为总是存在外部性的。所以，有效资本市场理论的完全假设永远只能是一种理论假设，而完全资本市场在现实中永远只能是一种虚妄。

四、混沌与均衡

噪声交易理论和金融市场多重均衡理论，通过噪声交易机制及基于人们预期可能形成的正反馈机制，提示了证券市场的多重均衡和非线性特征。

混沌系统是一个具有对初始条件敏感的依赖性，即蝴蝶的复杂动力学系统。混沌的特征是偶然性和必然性，或随机性和确定性完全共存；混沌不是简单的无序，而是没有明显的对称，却同时具备丰富的内层次的“有序”状态，具有无穷嵌套的自相似结构，但总是不可预言的。与有效资本市场理论把资本市场看做是线性系统不同，混沌市场理论把资本市场看成是一个非线性的，所有因素交互作用的复杂系统。



混沌资本市场理论的新范式正在逐步取代有效资本市场理论的旧范式。旧范式认为，资本市场是价值决定价格、价格围绕价值波动的线性反馈系统；而新范式认为，资本市场是所有因素交互作用、具有非线性特征的混沌系统。旧范式认为，资本市场是以公司价值为基础的单一均衡；新范式则认为，资本市场是具有混沌特征的多重均衡。旧范式是以完全资本市场假设为前提；而新范式是以分析现实资本市场为基础。有效资本市场理论是以完全资本市场做假设；混沌资本市场理论是从否定有效市场假说的理论前提出发的。在有效资本市场理论的范式下，证券投资哲学的主流是格雷厄姆开创的、以分析上市公司价值为基础的价值学派。在混沌资本市场理论的范式下，以心理分析和行为分析为基础的证券投资哲学开始逐步流行。

企业界的内在价值和市场价值实际上是在两个性质极为不同的市场上得以形成和运动的。企业内在价值的营造主要在商品市场上展开，而企业市场价值的运动则依照资本市场的机理而进行。上市公司需要在两个市场之间从容穿行，并使相对稳定的企业价值在资本市场永恒不息的价格波动中得到最佳的价值实现。这是资本经营的要害之处，也是资本经营的精妙所在。一方面，企业的管理决策不能被资本市场的波动所牵引，一切经营努力必须围绕企业的内在价值而展开；另一方面，企业又需要随时关注其市场价值的波动，既把资本市场的波动当做风险来规避——以免冲击企业的正常经营，又把资本市场的波动当做机会来利用——借以驱动和强化企业内在价值的营造。而作为股市职业狙击手则应该在市场无意识的混沌与均衡中，感觉股市某个阶段意识潮流形成的热点趋势，抓准股市阶段性热点进行股市狙击。这才是高手所为。



第三章 股市机会主义

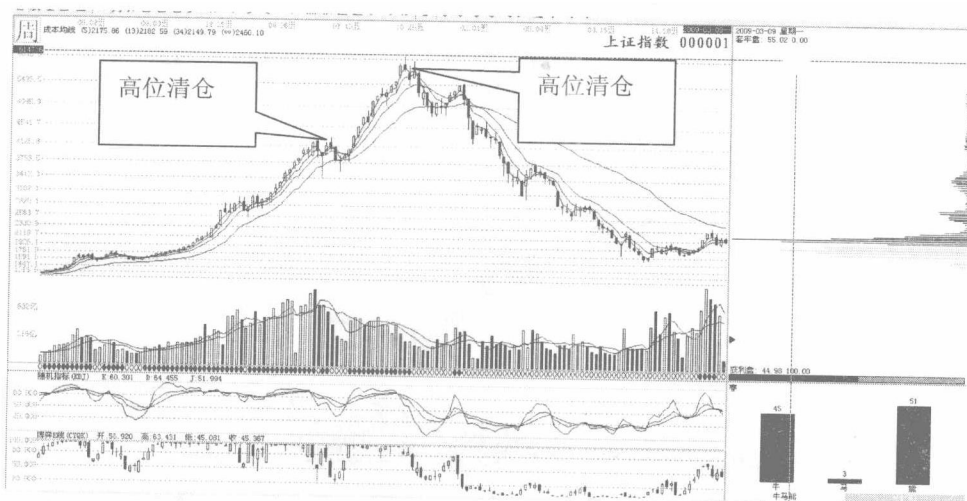
阴晴突变股市天，
纵横驰骋魔鬼间。
股市狙击机会，
踏准节奏才是仙。

为什么股市会产生机会主义，一般的解释是：人类的有限理性，外部性，信息的不对称。对于股市的狙击高手而言，“机会主义”是股市永恒的主题。中国股市只有机会主义才能生存，因为中国股市绝对的超级黑马大牛股只有10%，而少部分一般性的上市公司只能是抓准机会波段运作才能获利；再加上中国股市管理层的不成熟，政策上常常是好心办坏事，所以在中国股市高手生存法则就是机会主义法则，以机会主义法则波段获利稳赚不赔为上策。而对于股市狙击高手来说主要是把握大势的机会，回避大势的系统风险。那种认为股市机会天天有的观点是无知的、错误的。股市大盘指数在下跌趋势中也天天有涨停板的个股，但是这种上涨的个股只是作秀给不明真相的人看的假象，或者是主力认赔自救出局。这种个股根本无法获利出局，而且如果不是自坐庄的话，也根本抓不准这种个股。即使是自己坐庄，实际操纵中也赚不了钱，只是主力庄家不得已向上拉升，能逃出一点资金算一点而已的被动之举。真正的股市狙击高手只抓股市的大机会，回避股市的大风险。只有抓准了股市的大机会才能赚大钱，所以股市顶级高手总是在研判中耐心等待股市大机会来临，才出手狙击。这才是股市高手所为。



第一节 高位清仓后的诱惑

案例：



高峰体验：

A. 衡量股市高手的重要标准是能不能做到在高位清仓出局，在众机构及媒体的全部唱多声中全身而退，做到众人皆醉我独醒。

B. 对于股市狙击高手来说，即在高位清仓后，能不能耐得寂寞。不受市场的诱惑再度买进股票是更难的事，因为任何人都做不到在股市的绝对高位出局。顶级高手也只能做到在股市的相对高位区域出局。而且在很多时候是您出局后股市还会继续上涨，或者是您出局后股指在高位反复震荡上攻。这个时候股市高手面对多方的压力，会改变自己的策略。一方面是股市本身的诱惑：天天有部分个股上涨，指数也在反复上涨；另一方面，是投资者的压力（股市高手都管理着大量机构或个人投资者的资金），当投资者看股市天天上涨，自己的资金是完全空仓，再加上媒体和机构天天宣传股市会涨到多少多少点，市场是热情高涨，所以会有大量不明真相的投资者指责股市高手。这时候即使是股市顶级高手也会怀疑自己的判断是否错了，股市会不会再涨一些，自己是不是出局太早了；难道大家都错了，只有我一个人正确。说实话笔者面对过太多这样的压力，然而无数的事实证明：在股市永远是少数人正确，少数不可服从于多数，大部分人在股市永远是错误的。这就叫：贤大于多数。

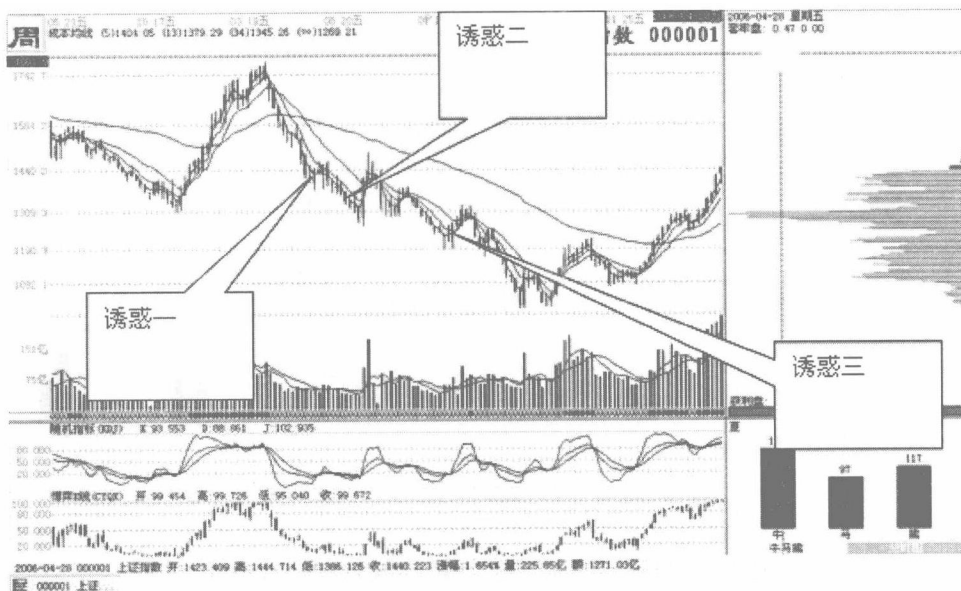
C. 高位清仓过后，则是寂寞的耐心等待，这种等待总是漫长的。人一生中大部分时间总是在漫长的等待中积蓄力量，辉煌而激动人心的时刻总是短



暂的。所以，股市的上涨也总是短暂的，长时间总是下跌或横盘，股市高手只有选择短线狙击才能成为高手。

一、探底过程中的诱惑

案例：



高峰体验：

A. 股市陷阱式的诱惑天天有，大的诱惑也经常有；有的诱惑与真的股市大机会来临一样，难辨真假。

B. 诱惑一：2004年7月1400点左右，大盘指数连续下跌了11周，止跌企稳。又该是机会来临了吧，结果只是一波小反弹，反弹过后还是照样继续下跌。如在这里开始狙击，没能获利并且没有快速出局，就会被套上，失去了股市狙击的资格。

C. 诱惑二：2004年9月14日，在利好政策的支持下，股指跌破1300点后，展开了一波气势汹汹的反弹。结果是在无知媒体的鼓吹下，大量投资者到证券公司去排队开户，结果是行情来得快去得也快，可怜那群排队开户的投资者又被套在高位动不了。事实又一次证明了：证券市场上大家排队去做的事情永远都是错误的，随大流在证券市场上永远都是死路一条。

D. 诱惑三：没有政策支持的技术性反弹，更加没有参与的意义。这种反弹是风险大于机会，一旦被套上就失去后面股市机会成熟时狙击股市的资格。

为了准确地抓住股市的大机会，看一看周、月线也十分必要。很多时候，周、月线已经死叉下行，或者周线、月线技术指标在高位中长线趋势走坏向



下，但日线偏偏发出金叉，K线也走好，量价配合也好，而此时介入，多数情况下只是下跌途中的抵抗性反弹或者说是中、短期头部。下面就KDJ指标在日、周、月线中的不同表现谈一下自己的看法。（注意：适用范围为你选定的目标股，或者是能成为股市热点的狙击目标股）

1. KDJ日、周、月线低位金叉——低位启动，可以买进低吸目标股

如果选定的目标股日线KDJ指标的D值小于20，KDJ形成低位金叉，而此时周线KDJ的J值在20以下，向上金叉KD值，或在强势区向上运动；同时月线KDJ也在低中位运行，且方向朝上，可坚决买进。如果一只股票要产生较大的行情，必须满足周、月线指标的KDJ方向朝上，绝对没有例外！

2. KDJ日线金叉，周、月线高位运行——面临调整，不宜介入

如果选定的目标股日线KDJ指标金叉，而周线J值在90以上，月线J值在80以上运行，这时该股面临着中级调整。此时短线介入风险很大，不宜介入。

3. KDJ日线金叉，周线KDJ向上，月线KDJ向下——反弹行情，少量参与

如果选定的目标股日线KDJ指标金叉，周线KDJ的运行方向朝上，而月线KDJ的运行方向朝下，则可能是反弹行情，可用少量资金参与。

4. KDJ日线金叉，周线KDJ向下，月线KDJ向上——主力洗盘，周线反转

如果选定的目标股日线KDJ金叉，周线KDJ的运行方向朝下，而月线KDJ的运行方向朝上，则此时股价正在进行试盘后的洗盘，或挖坑，或主力刻意打压，可等周线KDJ方向反转后介入。

5. KDJ日、周、月线高位运行——风险在即，不宜介入

如果选定的目标股日线KDJ的J值大于100，周线KDJ的J值大于90，月线KDJ的J大于80，风险就在眼前，不宜介入。

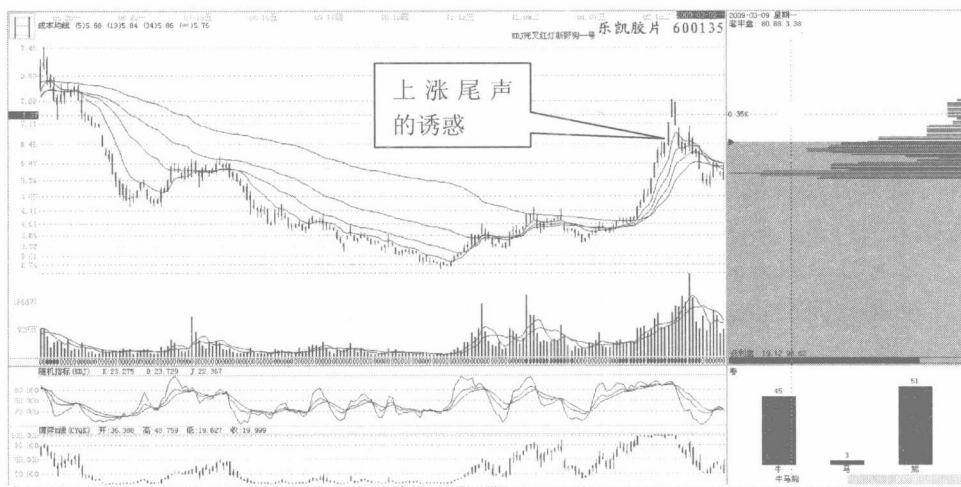
6. KDJ日线高位运行，周、月线低位运行——短线回调，二次金叉

KDJ是短线参考用的技术指标，是为满足喜用技术指标的朋友而讲的。但是，常常也会出现在牛市高位钝化或者熊市低位钝化的情况。因此，喜欢该技术指标的朋友千万不可僵化地套用，而更应该是整个股市投资哲学思想体系为指导。



二、个股上涨尾声的诱惑

案例 1:

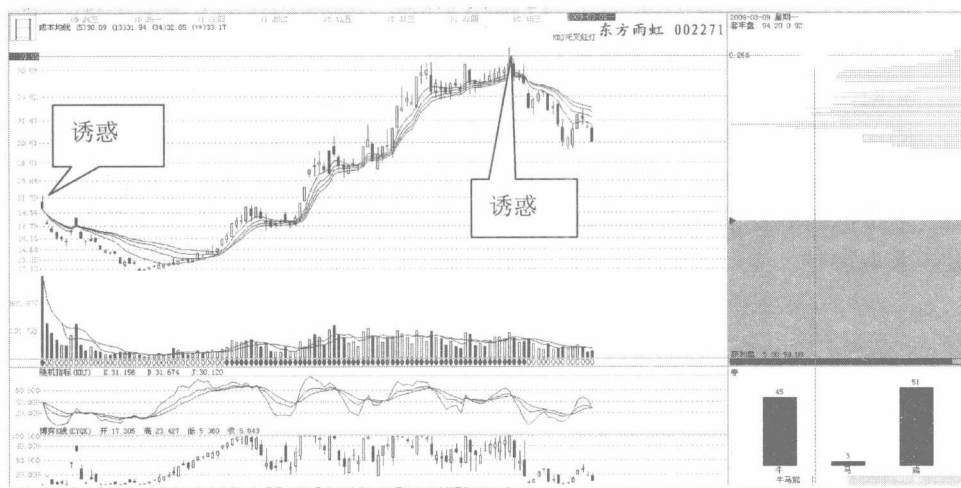


高峰体验:

A. 一波大幅上涨行情就完成了，高明点的主力庄家便会波段出货，等待下一轮行情时机成熟后再运作。

B. 上涨尾声的诱惑是最危险的，一定要坚决出局。上涨尾声的诱惑呈现的特征是股成交量放大，换手率增加；但是个股却是放量滞涨，上攻乏力。

案例 2:



高峰体验：

A. 对于个股的狙击，一个中级波段是不能超过 30% 或 50% 的收益的。这要因时因势而论，千万不要认为每只个股的每个波段都只有 30% 或 50% 的收益。

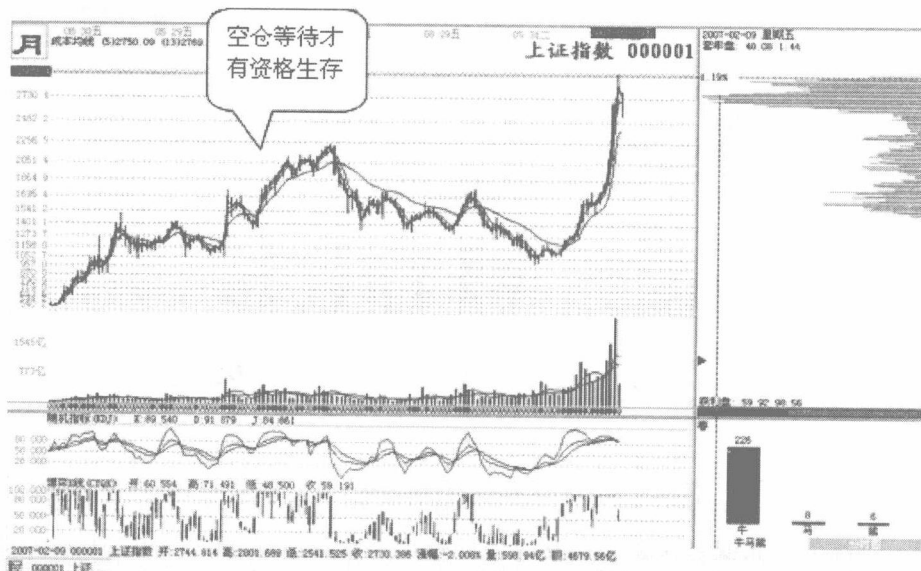
B. 不同的个股，不同的主力机构，在不同的波段运作中手法肯定不会是一样的。

C. 同一只个股，同一个主力机构，在不同的时机、不同的波段运作手法也不是一样的。这就是说股市的百战百胜是一百战就有一百种战法，绝对不会用同样的手法。

第二节 空仓等待

在股市生存，熊市的空仓等待和牛市的长期持股一样重要。

案例：



高峰体验：

A. 空仓等待是股市狙击高手在股市取得成功的最重要的一步，如果一个股市狙击高手做不到这一点，那就无从谈起后面的股市狙击，也根本无法走上股市狙击高手之路。

B. 空仓等待一：2001 年 6 月，股市的历史最高位 2250 点，如果股市的狙击手不能从这里撤出，那么，后面 4 年半的熊市会彻底消灭股市的参与者，任何人都是无路可逃的。

空仓等待二：2002 年 7 月，大盘指数下跌途中的反弹而已。如果上一次



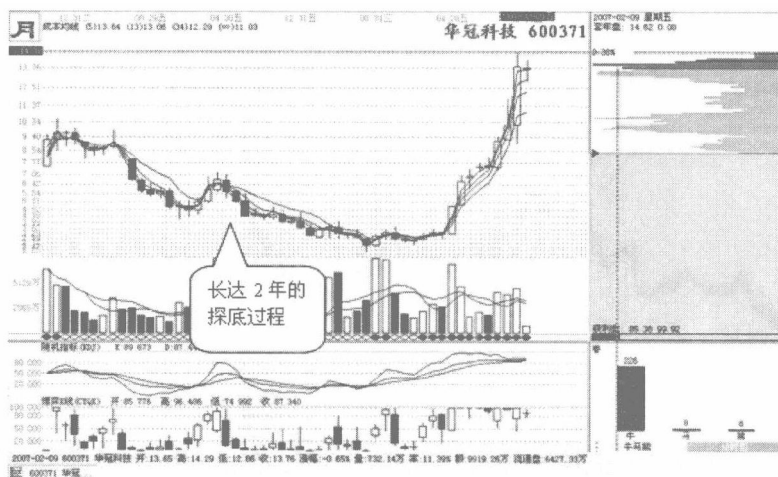
没有被消灭，这次没有逢高出局的话，就会被股市消灭。

空仓等待三：2003年4月，也是熊市下跌途中的一个反弹。这种短线反弹，只能是快打快撤，否则，照样被消灭。此时千万不要抱有任何幻想。

空仓等待四：2004年4月初，这一次本来是可以走出一轮牛市行情，可以成为中国股市由熊转牛的一次转折点。但是由于管理层的无能和宏观政策调控政策的出台，导致行情走势失败，结果是股市又再次向下连续跌了11个月，大盘指数是几次跌破1200点，直到跌破1000点才止跌企稳。这次几乎导致了整个证券行业的灭顶之灾，人们是谈股色变。如果这一次没有出局，那就会倒在黎明前的黑暗中，再也起不来了。

一、探底过程中的杀伤力

案例：



高峰体验：

A. 探底过程中的最后一跌往往是最具杀伤力的。对于股市狙击高手来说，训练的必修课就是如何避开空方的最后一次疯狂杀跌。股市的历次探底过程中都会有最后一次恐慌性的杀跌，就是所谓的多头不死空头不止；只有当最后一次恐慌性杀跌过后才会出现真正的阶段性底部。所以，此时一定要耐心等待疯狂性最后一跌跌完后，再考虑进场狙击。

B. 探底杀伤力一：2003年1月。这一次是创出了新低之后，才探明底部区域的，对于急于进场炒的人来说，许多个股在这最后一跌中杀伤力极强。股市狙击高手是先避其锋芒，再进行短线狙击。

探底杀伤力二：2003年11月。这一次也是创出历史新低之后，完成了恐慌性最后一次杀跌之后进而止跌企稳，再度反攻的。

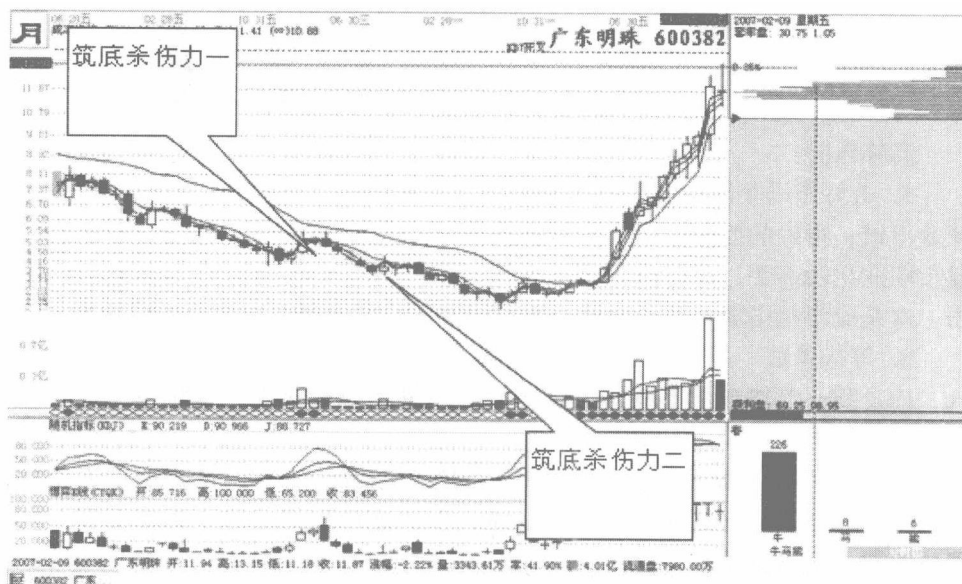
探底杀伤力三：是最复杂的、最具杀伤力的探底。这次探底反复绞杀了



几次：2004年9月一次是创出历史新低反弹，2004年11月一次再创历史新低反弹；2005年2月又两次创出历史新低，两次跌破1200点，杀伤力超过任何一次历史上的探底，杀得股市投资者是死伤惨重、信心全无。80%的投资者是愿意彻底离开股市，再也不愿意碰股票。有人去围攻中国证监会，更有人要去炸中国证监会，所有的人都在骂中国证监会无能。这次探底的杀伤力之强确实罕见，然而更狠、更绝、更毒的是砸破1000点。

二、筑底过程中的杀伤力

案例：



高峰体验：

A. 筑底过程中的杀伤力往往更能折磨人的意志，因为这个过程中大盘指数虽然跌幅不大，但是个股却是轮流杀跌，好好的强势股突然没有任何理由地暴跌，成交量也不大。搞得人心惶惶，稍不注意去抄底时，就会被莫名其妙地套上。

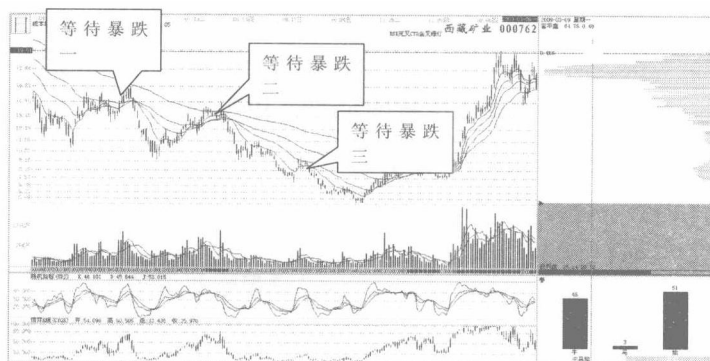
B. 筑底过程中的杀伤力之一：2004年11月下旬，在大盘指数的历史底部区域缩量企稳后的小幅上攻，然而反弹乏力无功而返；股指再度下跌，特别是个股杀跌较惨。

C. 筑底过程杀伤力之二：在2005年1月上旬，股指缩量企稳后，开始温和放量上攻，结果是反弹失败，无功而返。股指再度下跌，原来的强势个股大幅暴跌，股指再创历史新低。



三、选好黑马空仓等待暴跌

案例 1：



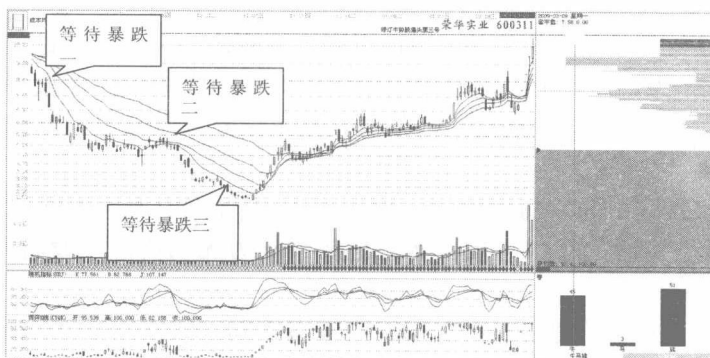
高峰体验：

A. 选好黑马个股空仓等待个股暴跌，不跌不买，是股市短线狙击高手的职业习惯；再好的股票，股市短线狙击高手也不会去追涨。作为一名合格的股市职业狙击高手，总是选好黑马个股，耐心等待个股暴跌后企稳再出手狙击。这是股市狙击成功的必修课。股市追涨的投资者最后的结果总是杀跌。

B. 等待暴跌一是选黑马股是在其强势时选择，选择该股后并不是马上介入，而是耐心等待该股下跌。大跌之后，缩量企稳后介入进行短线狙击，这才是高手的所为。

C. 上图中等待暴跌二和等待暴跌三的操作思路，都是与散户股评人士相反的操作思路。只有运用这种逆向思维，养成逆向思维的股市狙击习惯，才能成为股市狙击高手。

案例 2：



高峰体验：

A. 每当某个板块的个股上涨，连股评都开始推荐时，这个板块的个股就

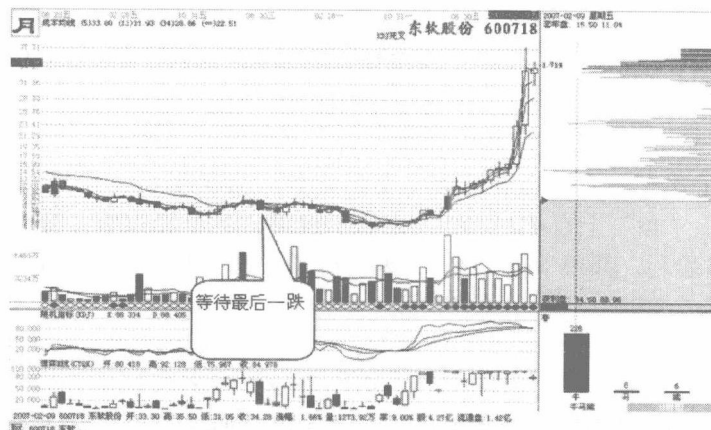


是主力波段出货的时候。当大部人都看好某个板块或某只个股时，就是大家犯错误集体给主力机构送钱的时刻。媒体在这个时刻总是有意无意地成为主力机构的工具，成为伤害大众投资者的帮凶。

B. 等待暴跌一之后才是股市狙击高手进股市狙击的机会。

C. 等待暴跌二之后进行股市狙击获利空间就要小得多。等待暴跌三再进行股市狙击时，那就是风险大于机会。因为世上的事只有再一再二，不可能有再三；也就是说事不过三，要不然就成了守株待兔的笑话了。

案例 3：



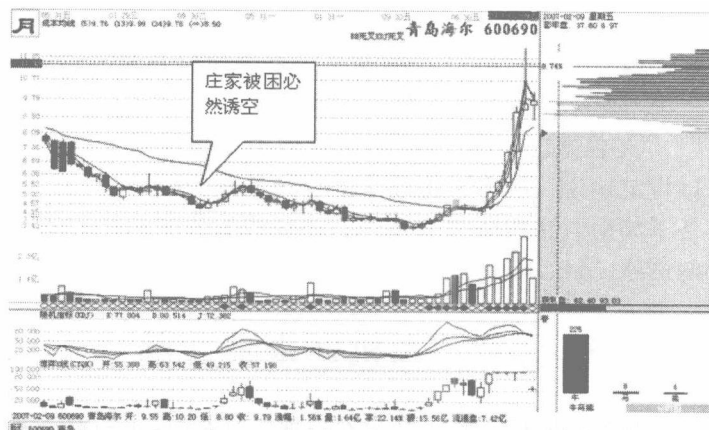
高峰体验：

A. 这是一只被困庄股。

B. 这类个股长时间缩量横盘也没有上涨，主力庄家对倒诱空打压洗盘。

C. 面对这种庄家被困型的股票，一定要等待其最后一跌之后再介入，然后长线持有，才能有丰厚的高额投资回报。

案例 4：



高峰体验：

A. 这种庄家被困的股票诱空是必然，不管它横盘多长时间。

B. 主力庄家玩到这个份儿上，主力机构坐庄的操盘手一般都是某机构老总的直系亲戚，水平是操盘手中最低的、还没入门的家伙。老板任人唯亲，结果被这样无能的家伙害得破产。笔者认识很多这样的大老板，他们不相信有能力的专家，总是相信自己的亲戚，而他们自己的亲戚又没有能力做这么大的事，结果是连老板一块儿害死了，非常可惜。说实话，这是中国人的悲哀。中国人总是不敢相信能力强的人，生怕能力强的人把自己的钱抢走了，只好用没有能力的自家人，结果被自家人害死。说实话，想进入资本市场，如果找不到资本运作高手合作，帮助您进行运作，有多少资金最后的结果都是以失败告终。资本市场是一个高智慧的游戏，有多少钱也没有用。

但是，等他们重新找来资金和高手后，必然会展开自救行情。

C. 谈了这么多关于股市机会主义的案例，最关键的一个字就是“忍”。何为“忍”，“心”上有把“刀”。无痛不成忍，不忍无以得。无论是求福求惠，还是求盈利，都得学会“忍”，因为得成于忍。投身股市，成功的经验有许多，失败的教训也不少。要想在股市中盈利，恐怕离不开一个“忍”字。

“忍”字的发明太伟大了。你看它，“心”上有把“刀”。刃为刀刃，故也可谓刀在心上为忍。心上那把刀，首先会使人想到它是插着的，即刀插入了心。但插得不会特深，不然插死了，谁来忍？即使只插了一点点，也别说插的是刀，就是插根小刺儿，也会觉得痛，且痛得难以忍受。所以我想，举凡忍可能皆是对痛而言的吧。甚至可以说，无痛不成忍。既然心上插着刀，那么盲动无异于是自寻绝路，或者说等于主动使力把刀插深一些。此时此刻，人最好是一动也不要动地忍。即使是万般想要虎口脱险、刀尖脱心，恐怕也只得咬紧牙关，静待机会，或叫“熬”或“煎熬”。总之得慢慢来，千万急不得。那可不只是欲速则不达的问题，而是一急就完了的问题。毕竟，痛比死好嘛。

忍，似乎还蕴有“夹着尾巴”的含义。夹着尾巴肯定难受，故需要忍。显然，连尾巴都不愿夹，或者说夹着尾巴就受不了，谈何忍？常听人说，“夹着尾巴做人”、“夹着尾巴炒股”，我觉得这似乎是在为得成于“忍”做另一种诠释。可以肯定地说，股市狙击高手的忍耐力绝对是一流的。只有经过千锤百炼后具备了如钢似铁般坚强的意志，才能成为股市狙击高手，才能拒绝股市盘中小的诱惑，耐心等待股市最佳狙击时机的来临。

第三节 大机遇来临之前

股市狙击大师的主要精力是“功夫在诗外”，是放在上市公司核心竞争力



的深度研究上。在对任何股票狙击前一定要先进行深度研究，再寻找狙击机会，才能确保万无一失，稳赚不赔；特别是在股市的大机遇来临之前一定要先做好准备工作。

案例：新希望

一、公司简介

四川新希望农业股份有限公司（以下简称公司）系经四川省人民政府川府函〔1997〕260号文批准，于1998年3月4日由原绵阳希望饲料有限公司整体变更成立。公司成立时注册资本为14002万元。1998年3月11日和9月15日，公司向社会公众公开发行公众股3600万股和向内部职工发行内部职工股400万股，分别在深交所上市交易。公司股票上市后，经过2000年5月的转送股、2001年3月的配股、2002年7月和2002年11月的转送股，现股本总额为31529.225万股。公司营业执照号5100001808767—1。公司法定代表人：刘永好。

经营范围：饲料、原饲料添加剂、饲料加工机械，农副产品，食品的生产、加工、销售；种植业的开发及经营；现代农业的技术服务、咨询及生产基地建设；销售电子产品、建筑材料。

二、稳步拓展民营金融发展之路

新希望集团作为中国改革开放后起步较早的民营企业之一，经过23年的努力，得到了相当大的发展，可以说是与中国的改革开放共同前进。新希望的成长，见证了西部民营企业从小到大、从弱到强的艰苦历程。

经过大浪淘沙，许多昔日红火的民营企业已消失得无声无息。一些曾经叱咤风云的民营金融企业，也在不长的时间内就出现了问题，被接管、清算或重组，给债权人的利益带来了损害，影响了金融体系的稳定，也损害了民营金融机构的信誉。但与此同时，也有一大批年轻的、充满朝气的民营企业涌现出来，这些成功的民营企业所处的行业也在不断地变化。

改革开放以后，在民营企业涉足金融领域这方面，刘永好可以说是最早的弄潮儿。刘永好是民生银行设立的倡导者、提案者之一，也是民生银行的发起人和大股东之一。1993年，刘永好当选为全国政协委员和全国工商联副主席。这一年，刘永好与其他40多名政协委员联名递交了一份提案，希望设立一家主要由民营企业投资的商业银行。这个提案得到了时任全国工商联主席经叔平先生以及统战部领导的肯定和支持。1996年1月12日，经批准，我国第一家以民营资本为主的民生银行正式成立。从民生银行的成立开始，我国民营金融机构取得了很大的发展，在银行、证券、保险、信托等领域都进



行了有益的探索，也获得了一定的市场份额，民营企业在金融领域的发展也逐步得到社会的认同。

这 10 多年来，民生银行从无到有，从小到大，现在已经成为中国十几家股份制商业银行中一家有竞争力、治理结构比较健全完善、综合营运能力和资产负债比较优秀的上市银行。民生银行堪称中国金融向民营企业开放的一块试验田，目前其主要股东都是民营企业。10 多年来，民生银行从 13.8 亿元的发起资金，到现在差不多 5000 亿元左右的总资产，最近 5 年连续的综合成长率都超过 40%，应该说是难能可贵的。

三、公司竞争地位分析

1. 企业地位与品牌优势

单从我国饲料企业的民族品牌来看，“正虹”第一，“希望”次之。正虹饲料的市场份额在 10% 左右，希望饲料的市场份额在 7% 左右，其他品牌的市场份额甚微。“希望”牌饲料获国家、部、省多项殊荣，在中国农村，特别在西南地区享有盛名。“希望”已成为饲料业的知名品牌，具有明显的品牌优势。新希望农业股份公司的上市进一步巩固和扩大了“希望”品牌的地位。公司董事长刘永好是中国饲料工业协会的副会长，新希望在中国饲料行业具有举足轻重的地位。此外，新希望旗下的国雄公司生产的国雄牌饲料也取得了四川省人民政府颁发的名优产品称号，在四川省内享有一定的知名度。

2. 技术与管理水平分析

饲料企业的技术含量不高，市场准入的门槛不高，企业经营业绩的好坏主要取决于企业的管理水平与经济规模。新希望非常重视提高企业管理水平。它之所以能在竞争激烈的市场环境中创造佳绩，正是因为有优秀的管理技巧。希望集团是我国民营企业的杰出代表，是从市场上拼搏出来的，市场化程度高是其突出特点。市场经济首先讲法制、讲信誉，新希望董事长刘永好认为没有信誉是不能建立市场体系的。新希望始终把法制、诚信作为管理工作的出发点，提出规范化、规模化、科学化、精细化的管理四化标准，严格依照《公司法》的规定建立现代企业管理制度，建立了一套行之有效的科学的管理体系；1999 年通过了 ISO9000 质量认证体系，推行全面质量管理，提高产品和服务质量。

3. 管理战略与经营机制分析

新希望原本是一家经营饲料的农业公司，却积极走经营多元化道路，对企业的发展战略进行重大调整。

一是进一步开拓海外发展项目，形成海外饲料板块。巩固主业，在越南、菲律宾设立饲料公司，不仅可以提高新希望现有生产能力，还为公司走向跨国经营打下了坚实的基础。二是积极进军金融业，参股民生银行 13802 万股



股权（占比7.98%），成为民生银行第一大股东。之后又参加民生人寿的组建工作，金融业成为其与饲料业并举的另一大支柱产业。三是利用西部开发的机遇，积极涉足生物工程和化工等高新技术产业。公司与中国科学院成都生物研究所组建“四川新希望生物工程有限公司”，已经股东大会审议通过，主营业务科技含量将得到较大幅度的提高。新希望和成都化工股份有限公司与世界银行组织成员之一国际金融公司签订了组建成都华融化工有限公司的正式协议。项目建成投产后，该公司将成为中国规模最大、技术和装备最先进的钾化工科研和生产基地，并有能力赶超世界先进水平。另据有关信息，在“西部论坛”召开时与美国一家大型投资机构签署协议，公司据此将获得巨资用于西部项目开发建设，公司长远发展后劲十足。

新希望是我国民营企业的杰出代表，其经营机制充满了活力。首先，它建立了较为完善的法人治理结构、健全的内部管理制度。刘永好曾对各分支机构负责人说，信任你们才用你们，但必须接受监督。其次企业管理以人为本，注重企业文化建设，增强企业的凝聚力，充分调动和发挥人的主动性与积极性；经营理念以市场为导向，以利润为中心，层层授权，责权分明。

4. 投资项目的潜力分析

（1）东南亚饲料发展项目。公司在菲律宾和泰国两国共投资9000万元人民币设立三个新希望分公司，首期各投入1200万元。预计两国三地共年产饲料60万吨、年销售收入10.6亿元、年新增利润2300万元。菲律宾、泰国都是养殖大国，人均肉品的消费量大，肉制品价格高，养殖业及饲料业在两国存在较广阔的发展空间。

目前两国大部分地区社会稳定，饲料企业规模较小，价格平稳，实际产量与需求之间差距较大；当地养殖户尚有50%未使用品牌饲料，饲料产品竞争尚未达到剧烈的状态。近期来自日本、美国、韩国等国和台湾地区的投资呈上升趋势。新希望在两国投资设厂不仅可以扩大公司产品的销售，而且可以带动国内饲料设备和农产品原料出口创汇。新希望在进入东南亚之前，已与我国的外事派驻机构及当地的政府和企业经过了广泛的咨询和探讨，对该地区做了充分的调研和论证，公司饲料产品进入东南亚是志在必得。

（2）新型肥料产业项目。公司主要采取控股形式与四川南充肥料厂进行合作，共同建设一个新型肥料生产企业集团。项目总投资5000万元，主要投向叶面肥、复合肥添加剂和生物有机肥等项目，形成年产叶面肥800吨、复合肥添加剂1000吨和生物有机肥万吨的生产能力。项目投产后可实现年销售收入11260万元，年利税2478万元。

目前国内有年产值上千亿元叶面肥、复合肥添加剂和生物有机肥的市场需求，一些国外品牌的叶面肥已经进入中国市场，但他们的价格普遍较高，与我国农村的实际消费水平存在相当大的差距。公司可以充分利用现有在全



国各地的饲料经销网点，为公司叶面肥和复合肥添加剂及生物有机肥的销售提供支持，以降低产品销售成本。另外，此项目还具有生物工程环保概念，叶面肥每亩施用量在几克至几十克范围内，可以大大减少化肥使用，从而降低土壤中有害物质的残留，改善和恢复农业生态系统。

预计该项目只需投入少量资金就可以取得较好的经济效益。

(3) 固体高纯氢氧化钾项目。新希望股份公司与成都化工股份有限公司、国际金融公司（IFC）共同组建四川华融化工有限公司。新希望为该公司第一大股东；IFC 出资 320 万美元，占 25% 股份，并提供 1699 万美元的贷款。

固体高纯氢氧化钾是一项科技含量较高，且十分重要的基础化工原料，它广泛用于化工、轻工、纺织、染料、医药、精细化工等行业，亦是生产钾盐的主要原料，目前需求量较大。我国从 20 世纪 80 年代中期开始进口，并以每年 10% 的速度递增。目前国内高纯氢氧化钾年产量不足 1 万吨，而国内市场需求量估计为 14 万 ~ 15 万吨，缺额主要依靠进口解决。新投资年产固体高纯氢氧化钾 2 万吨项目在 2002 年建成投产，公司年产高纯氢氧化钾 3 万吨，副产品 2 万吨，年销售收入达 3.5 亿元，净利润 2500 多万元。公司将成为我国规模最大、技术和装备最先进的高纯氢氧化钾科研和生产基地。

四、财务分析

公司获利能力。公司 2000 年获利能力各项指标比较平稳，表现较为一般，主营业务收入每年以 20% 以上的幅度增长，销售毛利率为 18.72%，利润总额略有下降。主要原因是由于公司正在海南、越南和山东等地进行大规模项目投资，费用开支较大，而暂时基本上又没有产生多少销售收入。加之饲料行业竞争激烈，销售利润率下降。

公司偿债能力。公司负债较轻，2000 年资产负债率为 13.98%。经营比较保守，可适当增加负债，充分发挥财务杠杆作用。流动比率和速动比率指标良好说明了公司自有资金充裕偿债能力较强。

公司经营能力。公司的应收账款周转率、存货周转率指标保持较好，说明其产品销售畅通、管理有效。2000 年公司加强了货款回笼力度，应收账款比年初减少 19.40%，存货与年初比减少了 19.23%，原因是公司加强定额管理减少了库存。

五、创造不竭的财富

1994 年 4 月 21 日，刘永好在全国工商联七届二次常委会议上大胆提出了自己的扶贫新思路：扶贫有两种不同的方式，即捐赠和开发。但捐赠不如开发，因为捐赠是一次性的短期行为，是给水；而开发则是长期行为，是打井。如果我们搞开发式扶贫，把自己的资金、技术、管理经验的优势与贫困地区



的资源、劳动力等优势相结合，强化贫困地区的自我造血能力，就能够从根本上消灭贫困。

刘永好的观点得到了与会者的普遍支持。会议结束时，他联合其他9名民营企业家向全国所有的民营企业家发出了题为《让我们投身于扶贫的光彩事业中来》的倡议书。“光彩事业”一提出，很快得到了党和国家领导人的重视和肯定，江泽民同志亲笔题词：“发扬中华民族传统美德，促进共同富裕。”社会各界也纷纷响应，海外媒体更是做了大量报道，且给予了高度评价，认为“光彩事业”是市场经济体制下的一种新型开发性扶贫活动，它能在互惠互利的原则下，使投资者和贫困地区人民共创利润、共求财富、共享成果，帮助老少边穷地区开发资源，共办企业，培养人才，加快致富步伐。

同年7月，刘永好在集“老、少、边、山、穷”区于一身的四川省凉山彝族自治州投资1500万元修建了一座占地49亩、年产饲料10万吨的扶贫工厂。工厂建成以后，他还每年投入80万元作为科技扶贫推广费用，派8个常年性科技扶贫小分队，在大小凉山传播科学养殖技术，推广优良品种，普及优质饲料。事隔3月，他又投资1500万元在贵州兴建了第二座占地50亩、年生产能力达到20万吨的光彩扶贫工厂。

1996年3月，他又在河南信阳大别山老区兴建第三座扶贫工厂。希望集团投资1776万元，第一期工程投入生产后，希望集团让利100万元，同时以优惠的价格向大别山贫困地区提供高档优质饲料，并向老区人民传播科学种养技术。

同时，他还设立了“希望扶贫基金”、“希望养老金”、“希望奖学金”，几年下来，刘永好的光彩大旗在四川、贵州、河南、山东、云南、江西、新疆等地猎猎飘扬。

自刘永好倡导“光彩事业”以来，已有4000多名非公有制经济人士积极投奔到了光彩事业的大旗下，启动项目2700多个，投入资金50多亿元，培训人员25万名，帮助50多万贫困人口解决了温饱问题。

1998年3月，刘永好用自己1/10的资产注册的四川新希望农业股份有限公司在深交所挂牌上市。

就是这家农业股份公司，在1999年增资收购了中国唯一的民办商业银行民生银行的股权1.2亿股，从而使刘永好从当初的民生银行的发起股东而一跃成为目前最大股东之一。为了适应WTO的挑战，1999年新希望还走出国门，在越南胡志明市投资4000万元建成一家饲料厂，在河内投资3000万元的另一家饲料工厂也正在建设之中。如今，新希望集团的独资和控股企业已近70家，集团以饲料生产经营为主，同时稳步地实施适度多元化的发展战略，向房地产、金融投资、国际贸易等方向拓展。

1999年，中国饲料行业遭受了前所未有的考验，市场萎缩了近10%。然



而，刘永好的新希望集团却又一次创造奇迹，饲料企业不但没有亏损，还使销量比上年同期猛增 14%，利润总额达到了前所未有的增长速度。在千禧之年，新希望农业股份有限公司更是捷报频传：其股价从 13 元猛涨到 20 元，两个月后又升到了 24 元。

犹太人有一个创业的成功诀窍，那就是盯住人的嘴巴做文章，即做食品生意。希望集团也是如此，不过更懂得结合中国国情，称之为围绕“菜篮子”做文章。

1982 年刘永好三兄弟开始创办实业。1989 年，组建成都希望有限公司，将积累的 1000 万元投入“希望牌”高档配合饲料的研制开发。1992 年，组建全国第一家民营企业集团——希望集团，走出新津，面向全国求发展，国有加民营，独资与资产重组相结合，走低成本扩张之路。1997 年年初，刘永好组建新希望集团，提出二次创业的宏伟战略构想。刘永好现任全国政协常委、全国工商联副主席、中国民生银行副董事长、全国“光彩事业”促进会副会长、中国饲料工业协会副会长等职务。并荣获“中国改革风云人物”、“第四届全国科技实业家创业金奖”、“中国十佳优秀民营企业家”、“全国为两个文明建设服务先进个人”、“全国十大扶贫状元”、“光彩事业奖章”等荣誉称号。

六、继续并购

在重组之前，泰国正大集团占据着国内饲料业老大的地位，刘永好只排第二，六和集团则位于老三的位置。而今这个格局就将重写。

2006 年新希望与六和的财务报表已经合并，在 2006 年，两家合计饲料产量可望达到 600 万吨，居中国饲料行业第一位；年屠宰和加工鸡鸭能力超过 2 亿只，居行业领先地位；同时在养殖业、乳业和肉食加工等领域也会有重大发展。

整合后的新希望，拥有下属公司超过 170 家，其中包括 5 家国家级农业产业化重点龙头企业；拥有员工超过 3.5 万人，年销售额将达到 200 亿元。

据新希望集团副总裁王航透露，两家公司此前在采购、研发、人力资源等方面已进行了新的安排。

“在原料采购上，尽管很多原料控制在海外企业手中，但新希望集团已经具有了相当的定价权。”

“与国际产业接轨，增强在国际市场的话语权”，是新希望集团一直谋求的方向。

就国内的市场格局而言，通过收购六和，以往在山东市场力度偏弱的新希望集团，便可轻而易举地获取在此区域内的地位。据透露，未来南、北市场原来的两大品牌将互相融合，即北方市场里六和将协助发展新希望品牌；南方市场，新希望也将大力推广六和品牌。



六和目前所涉及的4个领域，新希望多有涉猎，整合效应将较为明显。按照刘永好的设想，到2008年，新希望农牧业产值将在如今的基础上翻一番，达到400亿元的规模。当然，这需要与六和在种植、饲料、养殖、食品加工，以及相关化工、生物、兽药等整个产业链上进行资源配置。至于六和集团眼下的要务，将是“以饲料业为基础，发展畜牧养殖业，力争3年内养猪、养鸡达到相当规模”。

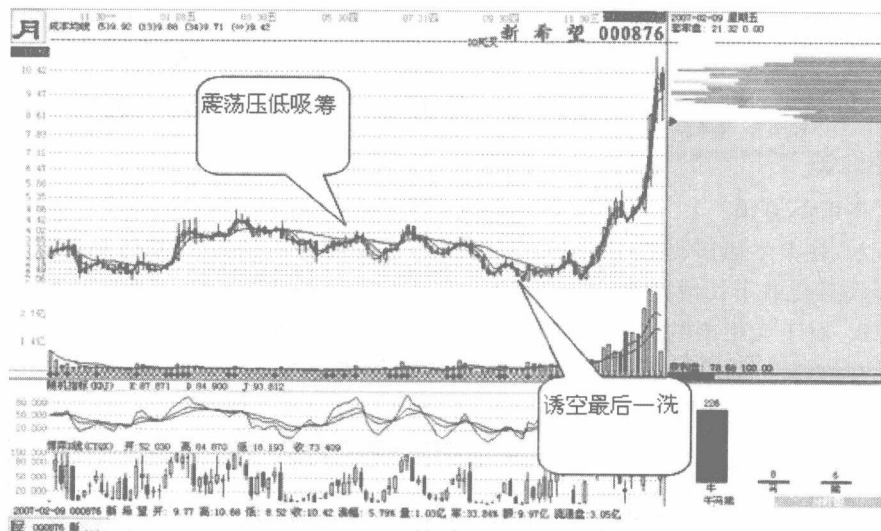
控股山东六和，只是刘永好农牧帝国加速扩张的第一步。知情人士透露，新希望集团随后还将进行一系列的收购重组，试图用资本串起上下游产业链条，将农牧板块迅速做强做大。

七、展望未来

展望未来，新希望集团应该在未来5年内全力以赴，力求在以下11个方面有所突破。

一是规模要力争超过500亿元的销售收入；二是争取成为引领中国畜牧业增长方式转变的重要力量和主要推动者之一；三是禽猪鱼产业链的建设要走在前列；四是技术领先、设备领先；五是引导市场，提升品牌的影响力，让知名度更高；六是在原料、贸易、设备有主导性、主动权；七是有高素质、稳定的、有活力的团队；八是要跟国际接轨，与国际的大公司合作、沟通交流，走出去成为世界的企业；九是治理结构、激励机制要更加完善；十是有适合企业自身优秀的企业文化；十一是不断创新发展资本高级运作之路，把握好2006~2016年中国资本市场大规模发展的历史性机遇。

案例：



大机遇来临前:

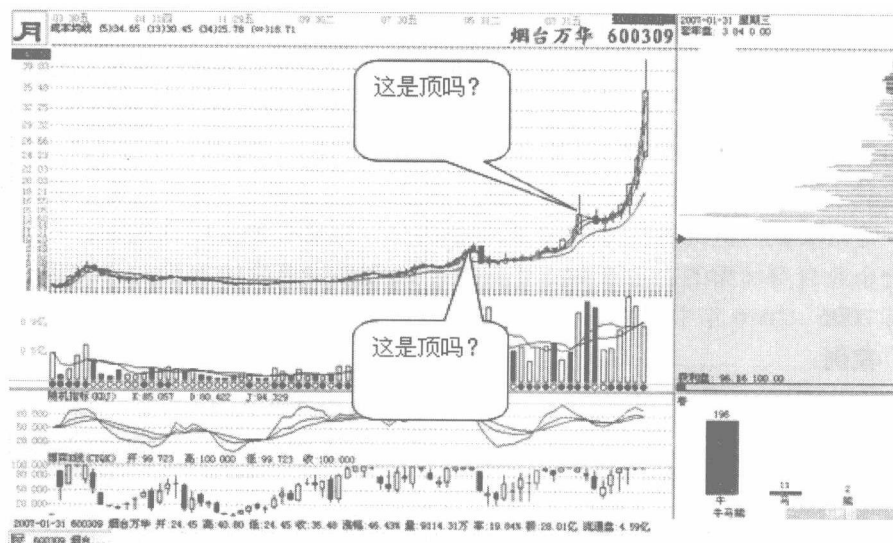
A. 对于股市狙击高手来说,在股市的大机遇来临之前,一定要先做准备工作,研究选择好个股 K 线背后的一切决定未来股价的核心要素,再等待时机成熟后进行狙击。

B. 当心里有底的黑马股完成最后一洗,开始上攻时,就可以果断狙击长线持有。

第四节 牛市不言顶

当历史性转折点的大牛市来临后,千万不要轻率地去猜测顶在哪儿,那是看似聪明实则最愚蠢的做法,只能是失去在股市赚大钱的机会。大牛市是没有顶的,如果非要找的话,只有等 10 年之后。

案例:



牛市不言顶:

A. 在大牛市进行股市狙击,只要是经过深度分析研究的黑马龙头股,低位买入后要敢于长线持有。

B. 对于大牛市的大牛股千万不要轻率言顶,否则,只有后悔的份。股市高手在能赚大钱时就要敢赚大钱,不要嫌赚的钱太多。

案例:烟台万华

一、公司概况

公司简介:烟台万华聚氨酯股份有限公司(以下简称“公司”)系经山



东省人民政府鲁政股字〔1998〕70号批准证书批准，以烟台万华合成革集团有限公司为主发起人，联合烟台东方电子信息产业集团有限公司、烟台冰轮股份有限公司、烟台氨纶集团有限公司和红塔兴业投资有限公司，以发起方式设立的股份有限公司。公司于1998年12月16日经山东省工商行政管理局批准注册成立，注册资本8000万元，企业法人营业执照编号为3700001802004。2000年12月15日经中国证券监督管理委员会证监发行字〔2000〕167号文批准，公司采用“上网定价”方式向社会公开发行人民币普通股4000万股，发行后公司总股本为12000万股，并于2000年12月25日办理了工商变更登记。公司于2001年4月10日经2000年度股东大会决议，以2000年年末总股本12000万股为基数，向全体股东每10股送2股转增8股，即以未分配利润转增股本2400万元，以资本公积转增股本9600万元，变更后的总股本为24000万股，并于2001年6月1日办理了工商变更登记。公司于2002年3月31日经2001年度股东大会决议，以2001年年末总股本24000万股为基数，向全体股东每10股送1股转增5股，即以未分配利润转增股本2400万元，以资本公积转增股本12000万元，变更后的总股本为38400万股，并于2002年6月21日办理工商变更登记。根据山东省人民政府鲁政字〔2002〕47号《山东省人民政府关于同意变更烟台万华聚氨酯股份有限公司国有法人股股东的批复》文件、财政部《财政部关于变更烟台万华聚氨酯股份有限公司国有股持股单位有关问题的批复》文件，同意公司第一大股东烟台万华合成革集团有限公司变更为烟台万华华信合成革有限公司，双方于2002年6月签订了《股东变更协议》。

经营范围：各种异氰酸酯产品及其衍生产品的开发、生产、经营、应用；各种聚氨酯系统料及其助剂的开发、生产、经营；实业投资及经营；技术服务；人员培训；登记范围内的进出口业务；铁路专线运输、货物装卸、仓储和仓库租赁等业务。

二、企业发展经过

2005年中报发布，烟台万华成为上市公司中为数不多的亮点之一——公司主营业务收入16.19亿元，比2004年同期增长53.64%；净利润3.28亿元，比2004年同期增长52.5%。

烟台万华聚氨酯股份公司的主导产品叫MDI。MDI作为一种新兴的高分子材料，技术含量高，研发难度大，是生产聚氨酯的主要原料。烟台万华聚氨酯股份公司是我国目前唯一一家生产MDI的企业，是个门槛高、利润高的行业。目前世界上生产MDI的企业也只有6家，且都是国际型的大公司。MDI在轻工、化工、电子、纺织、医疗、建筑、国防等领域都有广泛用途。在我们的生活中也处处存在，像轿车、冰箱、服装、鞋袜等生活用品中就都含有MDI的成分。



作为继巴斯夫、拜尔、亨茨曼、陶氏化学和三井化学之后全球第6个拥有MDI（二苯基甲烷二异氰酸酯）生产工艺自主知识产权的公司，烟台万华继2002年度、2003年度在上市公司综合实力排名中位列沪、深上市公司第2名之后，2004年度公司又入选“中国版漂亮50——未来10年中国最具成长性50家蓝筹A股上市公司”。在这份漂亮的成绩单中，烟台万华的销售收入从1999年时仅为2.10亿元，跃升到2004年的21亿元。持续高速增长考验着烟台万华的管理控制系统。自2000年开始，烟台万华连续4年主营业务收入年均增长超过50%，净利润年均增幅超过60%。在高速成长的背后，什么样的财务系统为这家公司提供了源源不竭的动力引擎？沃伦·巴菲特说：“我从不投资看不懂的公司。”日见理性的分析师、投资人、学者和企业管理者们一时间瞪大了眼睛，试图看到烟台万华背后的“源头”。看了又看之后，似乎看懂了——寡头垄断，需求渐旺。然而事实上，“源头”远不止于此。

令外人难以想象的是，烟台万华在6年前公司刚刚成立时，作为管理控制体系核心的财务部仅有5名员工，使用的工具也是较为落后的万能财务软件。随着烟台万华发展远景日渐清晰，总经理丁建生和财务总监寇光武清楚地意识到，以公司成立之初的财务系统和管理体系很难支撑业务的快速增长，变革是唯一的选择。

然而，变革与抵制从来都是一对孪生兄弟，靠内力通关还是借外力洗脑，成了一个艰难选择。

1999夏秋之交，当夏季的最后一丝炎热还在与初秋之凉爽负隅顽抗时，丁建生早已心中有数，寇光武也心领神会。一年后，在总经理丁建生和财务总监寇光武的推动下，烟台万华引进德勤国际集团财务管理咨询公司，对公司的财务管理体系进行了全面的咨询调查。公司业绩和规模的增长必须以先进的管理体系为基础。如果在规模做大的同时，管理体系不能夯实，公司很可能会成为空中楼阁——表面上很好看，却耐不住风雨。引进国际先进的咨询公司是最佳选择。

烟台万华成立于1998年12月20日，主发起人为烟台万华合成革集团有限公司，其员工主要来自万华合成革集团。和其他许多国有企业相似，烟台万华在建立之初具有许多国有企业固有的弊病：人员整体素质不高，观念落后，不易接受变革。于是，引入德勤国际便多了一层含义。借助外脑不仅可以带来先进的理念和方法，而且更有说服力。作为国有企业，如果仅靠内力提升管理水平，效果往往不佳。

2000年秋季刚过，德勤国际派出的项目组悄然进驻烟台万华。德勤国际项目组的到来在万华员工中引起不小的震动，好奇、新鲜、怀疑、不解、彷徨、不安……烟台万华的前身烟台合成革厂MDI分厂在20世纪80年代初，以交钥匙工程的方式从日本聚氨酯公司引进了一套设计能力为1万吨的MDI



生产装置。由于 MDI 制造技术复杂和装置的设计问题，这套装置开工率仅为 60% ~ 70%。直到 1996 年，在丁建生“两条腿走路”战略的指引下，经过自主研发，改造后的装置产能才终于达到 1.2 万吨。然而，按照世界通行的标准，只有达到 4 万吨的生产规模，企业才具备生存下去的能力。直到 2001 年，烟台万华的生产能力才达到 4 万吨。

对于这样一个处于生存阶段的企业来说，引入昂贵的国际咨询公司提供一些看不见、摸不着的咨询服务，似乎显得有些过于“奢侈”。当时确实有很多人对于引进德勤国际不理解，觉得在当时购买这样的服务有些“浪费”。但是丁总对此非常支持。管理者总要未雨绸缪，如果等到公司规模扩大后再去夯实管理体系，就好像一个穿皮鞋的百米运动员在加速后才想到去换跑鞋，其效果可想而知。

从 2000 年下半年开始，德勤国际用一年的时间，按照国际标准，对烟台万华的预算管理进行了全面梳理与规范。

经过对生产技术的升级和管理理念的彻底改变，烟台万华迎来了它的春天。在 2001 年开始的化工行业逐渐复苏的过程中，烟台万华最终成为了赢家，并且成为上海市场中的龙头品种。行情的上涨可能原因比较复杂，但公司的主业 MDI 却给很多人留下了很深的印象。在烟台万华 2002 年公布的上一年的年报中，经过高比例股本扩张后，该业绩仍高达 0.45 元，而且实行 10 送 1 转 5 派 2 元红利的分配预案。这在被人们称为夕阳产业的化工行业确实比较抢眼，也再次受到投资者的广泛关注。

烟台万华聚氨脂股份公司董事长兼总经理丁建生介绍，2000 年公司 MDI 的产量是 2 万吨，2001 年是 4 万吨，产量实现了翻番。因此从财务角度讲，在管理成本资金没增加、价格不动的前提下，利润增长是正常的。而且 2001 年世界经济普遍不景气，但中国经济却处于一枝独秀的局面。2001 年中国的 MDI 占世界市场的 13% 左右，就连日本企业有时候也望尘莫及。而这个比例通过烟台万华的飞速发展还在处于快速增加之中。

目前世界上聚氨脂的需求量的年增长速度在 6% 左右，我国超过 10%，对应的 MDI 的年增长率在 15% 左右，可见中国的市场潜力巨大。这给烟台万华的发展提供了巨大的空间，但同时竞争会更加激烈，跨国公司在华建厂已成趋势。如世界最大的 MDI 公司——美国巴斯夫·亨斯曼公司，就已计划在上海与中石化、上海华谊公司、氯碱化工等几家合资建成一条 16 万吨的 MDI 生产设备。面对挑战，烟台万华靠什么来支撑自己的平台呢？

董事长丁建生说：“我们已经披露进行了 8 万吨的技术改造，前期做了工作，在加快推进这个项目。我们利用我们现在还是国内唯一的制造商的优势地位，抢在上海那个跨国公司项目没有投产以前，实施了一个市场工程，就是在未来三四年内，我们要建设一个遍及用户的销售网络、服务网和信息收



接反馈网。”

根据烟台万华的化工博士马德强介绍说:“公司的实验室投资设备装置2003年一年就近200万元,引进国外最先进的实验设备和分析测试设备。我们的主导产品是MT100、PM200,它的质量水平与国外水平相比应该讲没有任何差距。”

烟台万华的竞争对手都是世界级的玩家,如世界排名第一的巴斯夫,在美国排名第一的Dechemical,还有拜耳。这些公司花在研发上的钱可能比烟台万华总的销售额都要大得多。但有一点是这些公司的产品项目都非常分叉,烟台万华的MDI只是他们当中一个很小的分支。而从烟台万华的整体情况来看,这些公司在单个产品上可能投入的人力物力还没有烟台万华花得多。所以这也是烟台万华这几年来进步非常快的原因。烟台万华确实是花了很多的努力在这里面,而且目前来说也得到了很好的回报。

烟台万华凭着自己的技术创新,拥有了良好的发展空间和回报,但随着加入世贸关税的下调和国际经济的不景气,MDI在2002年面临很大的价格压力。烟台万华拿什么来冲缓这个压力呢?

董事长丁建生介绍说:“我们与跨国公司相比有什么优势呢?一方面,优势在于我们的低成本。我们从2万吨到4万吨,花了不到2亿元。这种改造投资的成本是比较低的,这样折旧的成本就比较低。我想从4万吨到8万吨,我们公告也是不到2个亿肯定能完成。不到2个亿就又增加了4万吨的能力,因为改造固定投入的减少会带来折旧成本的降低。另一方面,我们不仅是规模的扩大,特别是技术的投入,都使我们的成本大大降低。比如我们的蒸汽消耗,17吨消耗现在已低于5吨了。光蒸汽一项消耗我们每吨就能降低成本1000多元。第三方面,我们不光是成本低,质量也大幅度提高,目前聚合MDI产品已超过日本两家公司,售价还高两三百元。”

烟台万华给人印象最深的是这里年轻人很多,专业人才多。像前面提到过的马德强,他是日本帝国大学博士,原沈阳化工设计院院长助理。这几年在他的带领下MDI产品质量获得很大提高,其中聚合MDI的质量已超过了日本两家竞争对手。华卫琦,浙江大学博士后,在他的带动下公司依靠自己的力量开发设计出16万吨MDI的软件包。而吸引他们来到万华的原因除了公司总裁的个人魅力外,看重的还应该是中国聚氨脂产业的广阔发展前景。

2004年8月18日,烟台万华设在宁波市的年产16万吨MDI的生产线工程建设进入第11天。此前的8月8日上午,该公司在浙江宁波市的大榭开发区举行了“万华工业园”的开工典礼。

董事长丁建生表示,这项具有国际竞争力的生产线预计可在2007年产生效益。他同时认为,生产线从开工到试运行投产,预计需要3年,时间显得相对紧张。该公司副总经理郭兴田也告诉记者,在考虑该工程预算时,公司



管理层就将开发区优惠政策的因素排除在外；如果优惠政策取消，对建设资金、工程进度没有任何影响。

MDI 行业为高技术、高资本、高附加值性的寡头垄断的化工原材料行业，国际巨头为长期维护其高额垄断利润，无一例外地对外进行技术封锁，限制竞争对手的发展。对于 MDI 需求高速增长、发展潜力巨大的中国市场，他们不但实行技术封锁，同时又以低于其原产地的价格向中国大量输入产品，挤占中国市场，还积极争取在中国建设大规模 MDI 生产基地。

2000 年 4 月，美国亨斯曼公司与德国巴斯夫公司合资在上海建设年产 16 万吨 MDI 项目获国家计委批复。

早在烟台万华项目批准前，德国拜耳公司就提出在上海建设年产 23 万吨的 MDI 装置，并且获得中国政府同意；该项目目前也已得到批复。

上述两大外资 MDI 项目立项，给刚刚发展起来的脆弱的民族聚氨酯工业的生存和发展造成极大威胁。2001 年 4 月，烟台万华提出新建 16 万吨 MDI 项目。

在烟台万华申请立项之初，其生产装置开发能力受到怀疑。在国际巨头的巨大阴影下，许多专家、政府官员都认为中国尚不具备开发 16 万吨生产线的可能。即使万华多次提供论证，有关业内专家出于民族工业利益考虑据理力争，但争议一直存在。

2002 年 4 月 30 日，时任国务院总理的朱镕基主持总理办公会，16 万吨项目立项建议书获得通过。2003 年 2 月 19 日，在政府换届前夕，朱镕基再次主持总理办公会，听取该项目的可行性研究报告并进行讨论，通过了可行性研究报告。2003 年 3 月 28 日，年产 16 万吨 MDI 工程可行性研究报告得到国家计委的批复。

在中央政府的支持下，这一项目正式开工建设。国家还将为该项目提供 18 亿元的国债贴息贷款。项目建成后，烟台万华将成为亚洲最大、世界第五的 MDI 供应商，使中国的民族聚氨酯工业真正具备参与国际竞争的实力。该项目总投资估算为 25.8 亿元。除烟台万华投资建设以上装置外，厂址所在地大榭岛开发区还将配套建设其他设施，预计全部完成后总投资将超过 50 亿元。

从 1993 年开始，丁建生等人就瞄准国际领先水平，与国内科研院校合作，走自主开发之路，技术终于有所突破。在 1999 年、2000 年、2001 年和 2002 年分别达到年产 MDI 2 万吨、4 万吨、6 万吨和 8 万吨以上的能力，消耗和产品质量也逐渐达到世界先进水平，使生产装置成为亚洲 7 套装置中最具竞争优势的两套装置之一。目前万华又开始建设 16 万吨的世界级项目，再次成为世界化工界的焦点。

万华的产量“四级跳”也引起外界的怀疑，甚至对万华建设 16 万吨生产



线之后能否获得 16 万吨的产能提出疑问。对此 2005 年年初辞去总工程师、以副总经理头衔专事大榭岛项目的廖增泰曾经介绍说：“我们已经完全掌握了 MDI 生产的内在规律，凡是在 16 万吨生产线上使用的流程技术，我们都首先经过在烟台生产线运行，运行成功的，才用在宁波项目上，所以，达产没有问题。”

业内人士认为，万华 16 万吨/年 MDI 项目的建设将进一步提高烟台万华对中国 MDI 市场的控制能力，保护和促进整个聚氨酯行业健康有序发展；特别是对中国汽车工业、建筑行业、服装行业的大力发展，将有明显的促进作用。

据了解，在国家石化工业“十五”发展规划中 MDI 被列入优先发展的高科技产业。这为烟台万华的发展提供了广阔的空间。但由于我国加入世界贸易组织以后，市场将逐步对外开放，市场竞争也会越来越激烈。烟台万华能否持续发展，我们拭目以待。

三、核心竞争力

凭借具有自主知识产权和国际竞争力的异氰酸酯和聚氨酯制造技术，近年来烟台万华聚氨酯股份有限公司取得了不凡的成绩：成功开发出年产 4 万吨 MDI 制造技术、年产 8 万吨 MDI 制造技术、年产 16 万吨 MDI 制造技术，产能从引进时的不足 1 万吨/年提高到了 10 万吨/年，同时产品质量和单位消耗也达到了国际先进水平。目前该套装置已成为亚洲最具竞争力的两套装置之一；公司在宁波兴建的 16 万吨/年的装置投产之后，将成为亚洲最大的 MDI 制造厂家。

这些令人羡慕的成就背后，是烟台万华拥有的一支庞大科研队伍，在他们当中有博士、博士后 13 人，硕士 88 人，本科生 354 人。该公司的主要产品和技术全部拥有自主知识产权，申请专利 14 项，完成的 MDI 制造技术与开发项目曾获国家科技进步二等奖，改性 MDI 获国家科技进步三等奖，聚氨酯原料 MDI 被评为国家级优秀火炬计划项目。

烟台万华目前每年销售收入和利润均以 50% 以上的速度递增。2004 年公司 MDI 产量达到 10.6 万吨，销售收入突破 20 亿元，实现净利润 4.04 亿元，比上年同期大幅增长；主要产品销售占国内市场份额的 30% 左右。

根据国际市场形势和企业自身情况，烟台万华提出了以市场为先导，以技术创新为主线，以高技术、高投资、高附加值型化工新材料为主业，实施相关多元化发展的战略。公司正向具有国际标准、国际竞争实力、国际化运营的战略目标迈进，使中国聚氨酯工业在国际市场上真正占有一席之地。

从国际市场来看，烟台万华使我国成为全球第 5 个拥有 MDI 生产技术的国家。由于技术壁垒太高，国内企业甚至是周边一些国家的企业至今无法涉



足这一领域，因此烟台万华的竞争对手主要是拜耳等“化工大鳄”。他们势力强大，技术先进，是烟台万华无法比拟的。迅速具备规模和技术质量上的优势，对于烟台万华有着至关重要的作用。一旦规模上不去，技术质量达不到，那么烟台万华面临的就不是如何竞争的问题，而是能否生存下去，如何避免被人吃掉的危险了。

要想不被巨人吃掉，就必须迅速成长壮大。

据丁建生介绍，目前烟台万华纯 MDI 的国内市场占有率达到 30% 左右。不仅打破了其他跨国企业对 MDI 生产技术的垄断，也制约了国外厂商对国内 MDI 的价格控制。然而作为公司的“掌舵人”，丁建生丝毫不敢懈怠。

为实现国际化战略，缩短管理方面的差距，丁建生同时启动了两个战略。一是实施 3I 战略，即国际标准、国际竞争力、国际化运营；二是实行 MMC 战略，即市场营销、管理和企业文化，促进公司的科学管理和规范运营。丁建生认为，烟台万华的高速发展得益于两个主要因素：一是自主知识产权技术的掌握，二是国内市场的巨大需求空间。而未来的市场也为烟台万华的发展打开了一个广阔的空间。近几年来，我国 MDI 的市场需求增长速度远远高于全球以及亚太地区的增长速度。专家预计，今后几年世界 MDI 的需求增长率为 5% ~ 7%，我国国内的需求增率将维持在年均 12% 左右，依然高于世界平均增长率。虽然烟台万华尚未真正走出国门（目前出口仅占其全部产量的 6%），但在自家战场上与国际品牌的真实交锋中，烟台万华已经具备了一定的竞争能力。

四、资本运作

万华是山东省第一家先改制后上市的公司。公司股票于 2001 年 1 月 5 日在上海证券交易所上市。

2002 年 6 月公司原第一大股东烟台万华合成革集团有限公司已与中国华融资产管理公司、中国信达管理咨询公司签署了《债权转股权协议书》及《补充协议书》，万华集团出资 873756249.31 元，华融公司以其转股债权 17423 万元出资，信达公司以其转股债权 11050 万元出资，合资组建了烟台万华华信合成革有限责任公司，其中万华集团占万华华信注册资本的 75.42%。由于万华集团持有的公司 62.17% 的股份已作为万华集团投入新公司的资产一同进入了万华华信，因此，债转股方案实施后，万华华信已成为公司第一大股东。同时财政部已经同意将万华集团持有的公司 23872 万股国有法人股变更为万华华信持有国有股持股单位变更，公司总股本仍为 38400 万股，其中万华华信持有 23872 万股，占总股本的 62.17%，股份性质为国有法人股。

2003 年 1 月，根据有关批复，公司 MDA 生产装置、液化 MDI 生产装置及 8 万吨 MDI 技术改造中的 MDI 精馏结晶集成精制、MDI 分离装置技术改造



等项目购置的国产设备投资的 40% 按规定抵免应缴纳的企业所得税。具体抵免办法及额度为: 2002 年度抵免当年应缴企业所得税 22683076.46 元 (此部分已在公司 2002 年盈利预测中予以考虑), 其余 47048457.58 元结转以后年度抵免。2003 年 4 月公司新建年产 16 万吨 MDI 工程项目正式获得国家批复。批复的项目总投资估算为 257973 万元, 由于配套热电项目改变投资方式由自备配套改为合资建设而减少项目投资 27893 万元 (其中固定资产投资减少 26600 万元, 流动资金减少 1293 万元)。调整后的项目总投资估算为 230080 万元人民币 (含外汇 5390 万美元), 其中固定资产投资 224204 万元, 铺底流动资金为 5876 万元。资金来源: 项目资本金 54013 万元 (项目批复资本金为 61663 万元, 由于配套热电项目改变投资方式由自备配套改为合资建设而减少资本金 7650 万元), 由烟台万华自有资金解决; 银行贷款 160414 万元; 所需外汇由企业用人民币购汇解决。国家拟安排中央国债 15653 万元, 用于该项目建设期贷款贴息, 预计 2006 年上半年建成投产。公司采用合资建设的方案, 拟与宁波电力开发公司、宁波大榭开发区投资控股有限公司合资组建万华 (大榭) 工业园热电有限公司, 公司注册资本 1.5 亿元。其中本公司投入 51%, 宁波市电力开发公司投入 35%, 宁波大榭开发区投资控股有限公司投入 14%。

2004 年公司审议通过申请授权公司办理新建年产 16 万吨大型 MDI 项目贷款的议案。根据批复的可行性研究报告, 除了公司自有资金之外, 另需银行贷款 18 亿元人民币。另通过关于对宁波大榭开发区万华工业园热电有限公司 (公司占其注册资本的 51%) 进行银行委托贷款的议案。根据国家计委有关批复的项目的可行性研究报告, 热电项目所需贷款资金约 4 亿元人民币, 拟由公司统一向银行办理借款业务, 由公司筹集资金后, 采取委托银行贷款的方式, 将项目建设贷款直接贷给大榭热电。同时, 要求宁波市电力开发公司、宁波大榭开发区投资控股有限公司按各自投资的股权比例承担委托贷款之风险, 对委托贷款形成的债务按照各自投资的股权比例以股权为担保承担连带担保责任; 并承诺同意待大榭热电项目建成后由项目评估的资产作为抵押, 由大榭热电自行贷款以置换上述委托贷款。同时公司还通过关于申请授权公司流动资金贷款授信额度的议案, 董事会授权公司流动资金贷款授信额度为人民币 6 亿元整。

自 1999 年上市以来, 公司总股本已由上市时的 1.2 亿股, 扩张到 2005 年末的 8.48 亿股。公司之所以继续进行股本扩张, 主要是为了使股本规模与企业经营规模的快速发展相适应。目前, 烟台万华纯 MDI 的生产规模已由年产 4 万吨扩大到年产 8 万吨, 年产 16 万吨项目的前期工作也在进行。

公司历年股本经过快速扩张, 2000 年 10 送 2 股转增 8 股, 2001 年 10 送 1 股转增 5 股, 2003 年 10 送 2 股转增 5 股, 2004 年 10 送 3 股。如果 1999 年



上市的时候买入1万股，经过连续几年的股本扩张，目前持有7.07万股；4年累积获得二级市场收益超过600%。烟台万华以资本扩张推动产业的不断升级和发展，以资本市场的高回报吸引着机构和个人投资者参与，又让所有的参与者获得稳定的回报。企业在资本市场上树立了良好的形象，为企业的健康发展获得了越来越多的资金和资源的支持，企业不断整合社会上的资金和优质资源来为企业发展服务。在烟台万华的资本运作中既让公司的高管和员工享受高回报，也让社会上的机构和个人投资者享受高回报，赢得投资者的尊敬，又将企业做强做大。这才是中国式的资本大鳄，中国需要更多像烟台万华丁建生这样的资本大鳄。只有中国资本市场上像烟台万华丁建生这样的资本大鳄越来越多时，中国股市的持续大牛市才会来临。我们期待着这一天。



第四章 投资组合

第一节 金融工程

一、金融工程的含义

关于金融工程 (Finacial Engineering), 在现有有关文献中, 直到 20 世纪 80 年代后几年, 动态套期保值策略 - 组合保险的创始人李兰德和鲁宾斯坦才开始讨论“金融工程新科学”。1988 年, 美国金融学教授芬尼迪 (Finnerty) 首次给出了金融工程的正式定义, 即“金融工程包括新型金融工具与方法的设计、开发与实施, 以及为金融问题提供创造性的解决办法。”

一般说来, 金融工程的概念有狭义和广义两种。狭义的金融工程主要是指利用先进的数学及通信工具, 在各种现有基本金融产品的基础上, 进行不同形式的组合分解, 以设计出符合客户需要并具有特定 P/L 性的新的金融产品。而广义的金融工程则是指一切利用工程化手段来解决金融问题的技术开发, 它不仅包括金融产品设计, 还包括金融产品定价、交易策略设计、金融风险管理、证券投资组合等各个方面。本文采用的是广义的金融工程概念。广义的金融工程是证券投资组合的基础。

二、金融工程的基本组成

金融工程是金融业不断进行金融创新, 提高自身效率的自然结果。其原因在于金融工程的应用范围来自于金融实践, 且全部应用于金融实践。概括地说, 金融工程应用于三大领域: 一是新型金融工具的设计与开发; 二是新型金融手段和设施的开发, 其目的是为了降低交易成本, 提高运作效率, 挖掘盈利潜力和规避金融管制; 三是为了解决某些金融问题, 或实现特定的财务经营目标制定出创造性的解决方案, 比如证券投资组合。金融工程的组件是各种现有的金融工具和金融手段。再复杂的金融产品和工具, 都可以分解成各种基本的金融工具。如果把传统的金融产品 (如股票、债券) 及其衍生金融工具 (如远期、期货、调期、期权等) 比作建筑房屋用的基础材料的话, 那么各种新型金融产品就是这些简单基础材料组建的高楼和大厦。不同的结构组合就会形成结构造型不同的高楼大厦。目前金融创新产品已达 3200 多



种，名义价值达 18 万亿美元。目前已成熟的金融产品大体可分为股权类、债务类、衍生类和合成类 4 种，其中最主要的是目前大量涌现的衍生证券工具。合成类金融产品是一种跨越了利率市场、外汇市场、股票市场和商品市场中两个以上市场的产品。证券存托凭证（D2）、股指期货等均属此类。基本的金融手段则包括：电子化证券交易、证券的私募与公开上市、存架登记、电子资金划拨等。这些都与现代科学技术，尤其是计算机和通信技术的发展有密切关系。

金融工程中，其核心在于对新型金融产品或业务的开发设计，其实质在于提高企业效率。它包括：（1）新型金融工具的创造，如创造第一个零息债券、第一个互换合约等；（2）已有工具的发展应用，如把期货交易应用于新的领域，发展出众多的期权及互换的品种等；（3）把已有的金融工具和手段运用组合分解技术，复合出新的金融产品，如远期互换、期货期权、新的财务结构的构造等。其一切设计原则常呈现出如下的特点：（1）剥离与杂交。即运用尖端技术对风险和收益进行剥离、分解或杂交而创造出新的风险与收益关系。（2）指数化与证券化。指数化是将一些基本的金融工具的价值同某些市场指标，如股票指数、BO2 等挂钩，为避免市场反向变动的损失，常将其设计成期权的形式。证券化以原来缺乏流动性的资产，如不动产、不良债权、垃圾债券等为基础发行新的证券，如资产后备债券或资产掉期证券。（3）保证金机制。使交易双方违约风险下降，确保交易公平，同时使金融机构资金占用大大降低。（4）业务表外化。监管机关对商业银行资本充足率的要求使金融工程开发出众多不在资产负债表上反映的业务，以规避监管保证盈利。

三、金融工程的前景

金融工程就是基于金融产品而对于既定金融目标的优化设计。这是一个目标和手段（创新使用产品）的统一体，是金融工程的核心。为了这一工作方式的实现，需要众多的支撑部件，它包括知识性、技术性、学术性和经验等方面的工作。一方面这是 20 世纪 70 年代以来国际金融创新历程向我们昭示的，另一方面这也是可以通过教学手段最有效率地实现的。它的前提是对于金融数学和微观金融学的高层次要求。金融工程今后的发展一定会紧密地结合金融学的研究主流，或者说金融工程本身代表着金融学今后研究主流的一个方面。它的主要研究内容，亦将面向由于经典的公司财务和资本市场理论的基本前提假设和实际情况的差异所导致的一系列问题。它的主要研究方法则是实证研究，依赖于企业的实际数据。只是金融工程更加着重于产品的创造，从新型的金融工具的设计、开发和实施到企业的兼并、收购和重组的财务设计，更加直接地面向融资决策和投资决策。面向中国的实际问题，开展符合国际规范的金融学科研究，有利于推动中国金融系统的发展。



四、金融工程与中国金融发展

(一) 金融工程的内涵

金融工程一词最早出现在 20 世纪 50 年代的西方有关文献中，但作为一门科学则是在 80 年代末、90 年代初发展起来的。80 年代末，美国金融学教授芬尼迪首次对金融工程给予界定。另外，动态套期保值策略—组合保险的创始人李兰德和鲁宾斯坦也开始讨论“金融工程新学科”。1991 年，国际金融工程师协会（IAFE）成立。该协会为非盈利性组织，旨在为那些从事金融工程理论和实务的人提供联系和交流的途径，传播有关信息，加强对金融工程的教育和研究，促进本行业的发展。1997 年年初，IAFE 在全球范围已达 1600 多名会员。1997 年度诺贝尔经济学奖授予美国斯坦福大学教授迈伦·斯科尔斯和哈佛大学教授罗伯特·默顿，以表彰他们和已故的费希尔·布莱克教授在期权定价领域所作的开拓性研究。这也反映了人们对金融工程领域研究的重视。人们认识到，当以索罗斯为代表的国际炒家在国际金融市场上兴风作浪时，他们不是在盲目下注，而正是利用复杂的金融工程技术，设计出非常精妙的大规模套利和投机策略，矛头所向天翻地覆、风声鹤唳。

金融工程是一门边缘性的新兴学科，它集现代金融理论、信息技术、工程技术于一体，采用尖端的数理分析技术、电脑电信技术、自动化和系统工程，乃至运筹学、仿真技术、人工神经网络等前沿技术，为金融领域开辟了一片广阔的天地。但是，对于什么是金融工程，经济学界有着不同的看法。

具有代表性的是：其一，美国罗彻斯特大学西蒙管理学院教授史密斯和大通曼哈顿银行经理史密森认为：金融工程创造的是导致非标准现金流的金融合约，它主要是指用基础的资本市场工具组合而成新工具的过程。随着社会经济的发展，市场和客户的需求发生了显著的变化，金融新产品为顺应这种变化趋势，越来越向个性化、多功能化、高附加值和自动化方向发展。即为客户量体裁衣，设计出非标准的现金流工具。其二，英国的格利兹（Lawrence—Galitz）教授认为：金融工程是使用金融工具对现有财务结构进行调整，以获得人们所希望的结果。即金融工程在于实现某种特定的财务目标。例如，对于筹资者来说，能低成本地筹集到资金；对于投资者来说，能使其在证券市场上获得更高的预期收益，而不必承担额外的风险。其三，芬尼迪认为：金融工程包括创新性金融工具与金融手段的设计、开发与实施，以及对金融问题给予创造性的解决。这里关键在于“创造”和“创新”，指发明新的金融工具，设计创新性金融手段，对企业整体金融问题的创造性解决方案。综观三者，史密斯和史密森强调了非标准现金流，但是现金流的变化并非金融工程的根本原因。格利兹强调应用金融工具的重要性，但在许多场合，金融工程还包括金融制度和运行方式上的变革。芬尼迪的定义则很好地



涵盖了目前金融工程应用的主要领域，被广为接受。

金融工程对特定金融问题的创造性解决方法，其所依赖的还是一些基本的金融工具和手段。基本的金融工具包括股票、债券等传统工具，以及远期、期货、期权、互换等衍生工具。这些金融工具既可以单独使用，也可作为零部件组合起来，达到特定的金融目标。据估计，目前新型金融工具已达 3200 多种，名义价值达 18 万亿美元。基本的金融手段包括证券的上市与交易、电子资金划拨等。

金融工程处理问题的程序，可分为提出问题、分析问题、解决问题三个阶段。提出问题即明确客户所要达到的某种特定金融目标，实现这些目标有哪些困难，困难的性质。分析问题即在不违反有关法规的前提下，依据现有的金融理论、金融技术、市场状况及本公司和客户的资源状况，为客户提供解决问题的最佳方案。这可能是一种全新的金融工具，也可能是一种全新的操作方式。解决问题即按上述最佳方案开发出新的金融产品，并根据金融资产定价理论和本公司的开发成本计算产品的价值，撰写研究报告，并对金融产品的运行状况进行监督。从局部来看，金融工程的运作是参与交易各方之间一种零和博弈。但对整个金融市场来说，金融工程的实施增加了金融市场的流动性，提高了市场效率，从而不只是给一部分人带来好处，而是为整个社会创造了效益。

（二）金融工程发展动因

（1）现实动因

早在 1960 年，美国耶鲁大学经济学家特里芬就指出布雷顿森林体系存在着自身无法克服的“流动性困境”。果然，这种与黄金、美元双挂钩的体系随着美国经济实力的相对衰弱而难以为继，并于 20 世纪 70 年代初正式崩溃，由固定汇率制走向浮动汇率制。汇率变动将任何一个拥有外国资产或承担外债的企业、金融机构和个人都抛入了巨大的风险之中。汇率又通过“利率平价”与利率联系起来，利率变动亦导致金融资产价格波动。为规避这种汇率和利率风险，各种风险管理技术便应运而生，如期货、期权、套期保值等。从某种意义上说，金融工程技术即为风险管理技术。此其一。

其二，20 世纪 70 年代两次石油价格冲击，导致全球通货膨胀加剧，通胀的压力导致了市场浮动利率的盛行。金融工程中的互换有时就是针对浮动利率而设计的。

其三，随着经济全球化的发展，跨国公司如雨后春笋般冒出来，市场规模扩大，竞争加剧，使公司更多地以债务杠杆来增加收益。这又增加了公司对利率和汇率变动的敏感性，需用更复杂的技术来管理公司的金融资产。国际贸易的本质是充分发挥本国生产资源的相对优势，而金融资源的相对优势为金融工程带来了用武之地。如利用两国间利率的差异、税收的不对称等。



其四，逃避金融管制。20 世纪 80 年代以前，基于对 30 年代大危机期间美国有 40% 的银行倒闭，西方各国政府对金融机构实行严格管制。如美国的《格拉斯-斯蒂格尔法案》规定银行贷款业务与证券业务严格区分，存款规定利率上限等。这些旨在强化金融机构安全性的措施，给金融机构的盈利性带来了影响。这样，金融机构便通过组织创新、工具创新等来逃避金融管制。凯恩提出金融管制和金融创新呈互动的螺旋上升关系。80 年代之后，在金融自由化浪潮冲击下，国际金融监管的基本趋势是放松管制，金融创新更是迅猛发展，推动了金融工程进一步发展。

(2) 理论动因

金融理论的发展是金融工程得以确立的基础。现代金融理论越来越多地运用数学、模型分析法，侧重于定量分析，越来越多地从微观层面对金融进行研究。一般认为，现代金融理论始于 20 世纪 50 年代。1952 年，马克维茨发表了《证券选择组合》的论文，详尽论述了投资目标函数、组合的方差及解的性质等基本理论，为衡量证券的收益和风险提供了基本的思路，奠定了证券投资的基础。1958 年，经济学家莫迪利安尼和米勒发表了《资本成本、公司财务和投资理论》，提出了现代企业金融资本结构的基本理论——MM 理论（Modigliani—Miller Theorem），构建了现代金融理论的第一根支柱。60 年代，威廉·夏普、简·莫森和约翰·林特纳在一起创造了资本资产定价模型（CAPM），构建了现代金融理论体系的第二根支柱。1973 年，费希尔·布莱克和迈伦·斯科尔斯发表了著名的《期权定价与公司债务》，成功地推导了欧式期权定价的一般模型，开辟了金融衍生工具发展的新纪元，构建了现代金融理论体系的第三根支柱。80 年代，达莱尔·达菲在不完全资本市场一般均衡理论方面的经济学研究，证明了金融创新和金融工程的合理性及对提高社会资本资源配置效率的重大意义，为金融创新和金融工程的发展提供了重要的理论支持。

(3) 技术动因

如果认为现实动因是金融工程形成和发展的“需求”因素，理论动因是金融工程形成和发展的“供给”因素，则信息技术的发展是金融工程形成和发展的催化剂。计算机、卫星、光纤通信技术在金融业的普遍使用，将整个世界变成了一个地球村，信息传递、交易清算非常迅捷。因此，各国的金融市场更紧密地联系在一起，投资者可在伦敦买进某种金融产品，也可在新加坡对冲其头寸。技术的发展导致了交易成本的不断降低。20 世纪 70 年代初，1 万股股票的大额交易，市价 100 美元的每股股票的交易成本为 1 美元，而 90 年代已下降到 0.02 美元。如果某市场一种金融工具与另一市场相关金融工具的价差在 0.25 美元，在 70 年代无利可图，而在 90 年代则可使金融工程师大有作为。



五、金融工程运作机理分析

（一）风险转移和再分配

市场活动总是和风险相伴。而人们对风险的态度是不同的，大多数人是风险厌恶者，希望回避和转移风险；有的是风险中立者，对风险采取无所谓态度；少数人是风险偏好者，为获取高收益不惜冒高风险的代价。金融工程正是利用这一点，将部分客户承担的风险“卖”给另一部分客户，或者将某一客户承担的风险部分“卖”出去，其余保留。这里可将风险理解为一种负商品，卖出风险者要支付一定的费用。这样，风险的分配都限于各方可接受的程度，社会总效用得到提高。远期协议、期货、期权等已成为管理风险的有效武器。

（二）缓解信息不对称

信息不对称指某些市场参与者拥有而另一些市场参与者不拥有信息，如公司经理阶层较之债权人掌握更多公司信息。在信息不对称时，享有更多信息的一方将通过信息优势牺牲掌握信息处于劣势一方的利益。金融工程的一个重要思路就是解决金融市场的信息不对称问题。其基本的方式是设计一个机制，以作“信号显示”，在不违反保密原则的基础上让外部投资者据以了解内部人所掌握的信息含义。如可售股票的设计，规定如果在未来某一时点发行者的普通股价低于某项设定值时，持有者可按预先设定价格将可售股票卖给发行者。此预设价格向投资者“显示”了发行者对公司未来价值的看法。

（三）金融比较利益差异

大卫·李嘉图提出的比较利益学说，奠定了国际贸易理论的基础。其实，在金融市场上，也存在金融运作的相对成本差异。通过各方的比较利益交易，可使市场参与各方都降低运作成本，达到“双赢”效果。这是金融工程运作的重要思路。最著名的例子当属 IBM 公司和世界银行于 1981 年 8 月所作的第二笔巨额交易。当时 IBM 需要美元，但发行债券筹集的资金是德国马克和瑞士法郎；世界银行能低成本地筹集美元，但其需要的是德国马克和瑞士法郎。双方便签订协议，互换所借到的外币头寸，既满足了各自的需求，又降低了成本。

（四）绕开金融管制

金融行业是高风险行业，某一金融机构的倒闭会引起“多米诺骨牌效应”，对社会经济造成严重震荡。各国政府无不对金融机构实施比一般行业更为严格的监管，尽管 20 世纪 80 年代以来管制有所放松。为增加收益，金融工程师们便想出了种种办法，绕开这种束缚。由于美国政府对活期存款不准付息，便出现了一些变相的活期带息存款，如可转让支付命令账户（NOW）、货币市场存款账户（MMDA）等。



默顿·米勒指出, 监管因素和税收因素是过去 20 多年中引发金融创新的主要原因。

(五) 增加流动性

流动性指把资产转换成现金的方便程度, 或迅速筹措资金的能力。流动性越强, 资金的使用效率越高。运用金融工程来增加流动性, 可以把非标准化的金融工具标准化, 以便于在二级市场变现。也可将资产证券化, 即通过以抵押资产、应收账款目的形式发行证券, 将高风险变为低风险, 增加流动性。

六、金融工程在我国金融发展中的作用

21 世纪将是金融工程大发展的时期。金融工程在我国金融发展中具有举足轻重的地位。

(一) 推进我国金融业的改革深化, 强化金融市场在资源配置中的核心作用

现代市场经济条件下的社会化大生产与资源配置越来越体现强烈的货币导向和金融推动趋势, 金融工程正是顺应这一趋势, 将金融产品由单一的信贷资产向无限多样化的趋势发展, 扩大了金融产品数量, 丰富了投资者的选择对象, 提高了金融市场效率。从世界范围看, 金融工程迅速推广与普及的国家与地区金融深化程度呈加速发展之势。其表现是经济货币化比率、人均拥有金融资产比率、资本形成率、企业外部融资率等指标迅速上升。货币资本对经济运行的“第一推动力”和“持续推动力”有了更新的表现方式和作用内涵。

(二) 为金融机构和企业开拓新的生存与发展空间

国外有人将商业银行喻为 20 世纪的恐龙。这种说法虽然有点言过其实, 但我国的商业银行在 21 世纪如果仍停留在过去的存款、贷款、汇款的老一套, 其前途的确堪忧。而以金融工程为基础的“表外业务”的发展, 大有后来居上之势。按照《巴塞尔协议》中银行业的资本充足条件最低为 8% 的要求, 表外业务既可节省银行宝贵的资源——资本, 又可带来可观的佣金收入。国外大银行的表外业务收入占利润的比重越来越大, 在这一方面我国有很大的潜力可挖。投资银行在 21 世纪将成为主导型金融机构。从国外的金融发展和现代投资银行所从事的主要业务来看, 投资银行完全可以叫做“金融工程公司”。但我国的投资银行还不是具备这种功能的完全意义上的投资银行, 其业务仍停留在简单的定价、承销、上市等方面。我国的投资银行(证券公司)更应加强对金融工程的研究与开发, 以拓展新的发展空间。金融市场是风险市场, 企业在生产经营中除了承担产品、原材料等价格变动风险外, 还要承担来自金融市场的汇率和利率变动风险。企业所面临的不确定因素越多, 风险系数越大, 企业的发展也就越不利。企业可运用金融工程技术, 结合企业的具体生产经营情况和条件, 采取适当措施。如可通过签订有一定的远期利率协议, 或购买利率上限、利率下限及利率上下限等期权合约来确定利率



水平，使其成本确定在一个可控的区间范围；可通过签订有关的远期外汇协议，或购买外汇期货或期权，来对进出口业务所面临的外汇风险进行有效规避。此外，企业还可利用互换等金融工程技术降低融资成本。

（三）满足投资者金融产品多样化的需求

分散化是投资的基本原则，但我国金融市场上缺乏足够多的投资工具。一些机构投资者如国有企业、投资基金、保险资金等，由于缺乏必要的避险工具，进入证券市场风险较大。金融工程研究人员将运用先进的理论与技术手段，对客户面临的收益与风险进行评估、分解、取舍、组合，设计出新型金融产品，满足投资者需求。对西方一些成功的金融产品，大可奉行拿来主义，但要结合市场发展的具体情况。在金融工程支持下，我国股指期货的推出，将为投资者带来更广阔的投资渠道。

（四）为政府的金融监管提供技术支持

金融新产品层出不穷，向传统的金融监管方法提出了严峻的挑战。我国的“327 国债”风波和众多的股市违规事件，足以说明这一点。其实国外关于金融的宏观管理也正在工程化。美国的金融监管当局组织了数以千计的科学家从事金融监管研究。这些多学科专家曾经将美国星球大战项目中识别真假弹头的软件程序用于识别洗黑钱活动——这是典型的金融工程。我国的金融监管部门可以充分利用金融工程方法构建金融监管体系，制定新的规范金融活动的法律和法规，进行有效监管。

七、大力发展金融工程，推动我国金融发展

冷战时期，国家安全主要表现为国防安全，两弹一箭的工程、宇航工程是列强争霸的战略领域。在后冷战时期，和平与发展成为世界的主题，国家安全主要表现为经济安全，尤其是金融安全。于是，信息工程、生物工程、金融工程成为全球竞争的战略领域。10 多年来，西方大批“火箭科学家”，包括物理学家、应用数学家和计算机专家向金融工程转移，西方银行和其他金融机构都纷纷把建立在高科技基础上的金融工程应用于投资和交易之中，而中国在这个领域还处于空白状态。前美国政治学会会长、哈佛大学战略研究所所长亨廷顿在其出版的轰动一时的《文明冲突与重建世界秩序》一书中，列举了西方文明控制世界的 14 个战略要点。其中第一条“控制国际银行系统”、第二条“控制全部硬通货”和第五条“掌握国际资本市场”，都是同金融工程密切相关的；而控制高科技军火工业和控制航天工业则分别退居倒数第一和倒数第三的位置。我国有关专家呼吁，如果我国政府不注重金融工程科学方面的研究与拓展，中国金融业与世界的差距将越来越大。

（一）我国发展金融工程的制约因素

1. 缺乏真正需要规避风险的经营主体。我国的企业改革特别是国有企业



改革滞后, 这些机构缺乏真正的利益驱动机制, 其市场行为不符合市场竞争原则, 在市场交易中往往“赢了是自己的, 亏了全是国家的”。这种假公济私、损公肥私的行为也是我国股票市场波动异常、国债期货投机过盛而告暂停、期货市场屡屡出现“多逼空”、参与国际行业交易亏大于盈的一个重要原因。

2. 政府对市场管理得过多, 缺乏真正的市场均衡价格。西方各国政府对金融的监管是“不能做什么”, 只要不违反法律、法规, 做什么都可以。而中国对金融的监管是“只能做什么”, 除了规定的业务, 其他一概不准做, 扼杀了被监管者的创造性。在几种金融价格中汇率虽已实现并轨, 但国家对外汇管制还较多, 人民币不能自由兑换, 人民币汇率并非由市场完全竞争得来。利率市场化远未形成。全国统一拆借利率 (CHIBOR), 远未像英国 LIBOR、美国联邦资金利率、香港 HIBOR 那样具有权威指导作用。我国的银行存贷款利率、国债利率受政府或多或少的管制, 尚未市场化。

3. 高素质人才匮乏。金融工程开发设计是建立在定量基础上, 将数理分析、计算机技术、系统工程导入金融领域而进行的工作, 需要具备雄厚的数理基础和掌握现代金融理论的人才来担任。目前, 我国这样的人才稀少, 成为金融工程发展的重要障碍。

(二) 我国发展金融工程的策略选择

科技是第一生产力, 金融是第一推动力, 而金融工程无疑是促进金融发展的助推器。落后就要挨打, 为反对“金融殖民”侵略, 反击“用金融杠杆来掠夺财富”的战争, 必须大力发展我国的金融工程事业。

1. 要加快改革的步伐, 深化金融改革, 培育有效市场主体。价格市场化是金融工程大力发展的必要前提, 金融工程正是利用市场化的价格来实现金融风险的市场分配和动态管理。加快金融法制建设, 完善金融监管制度, 消除金融压制, 适当鼓励金融创新。要逐步建立、健全金融资产价格形成的市场经济机制, 推进利率市场化和人民币自由兑换的过程。按照现代企业制度的要求, 通过兼并、破产、出售、租赁、托管、股份改造等形式, 把企业转变成真正的自主经营、自负盈亏、自我发展、自我约束的法人。这样, 企业面对激烈的竞争, 变幻莫测的市场, 才真正会有套期保值、风险管理的需求, 金融工程才能真正派上用场。

2. 加强信息基础建设。信息网络建设是金融工程发展的硬件基础。金融信息化导致金融市场虚拟化、国际金融市场一体化和金融资产的证券化。计算机技术的发展, 使金融家们可以使用高速计算机来对金融商品的风险、收益及其可能组合等信息进行更为精确化的处理, 并不断创造新的金融衍生工具。互联网和电子商务的发展, 形成了“信息交换——商品流通——金融结算”三位一体的“网络经济”。信息产业应是国民经济发展新的增长点, 与金



融产业互动发展。

3. 要加强金融工程研究，大力培养金融工程人才。缺乏现代金融工具的金融机构熟悉的只是“大刀长矛”。随着中国加入 WTO，有着丰富金融衍生工具运作经验的外资金融机构将持“洋枪、洋炮”而来，优势劣势，自不必说。金融工程在西方发达国家的发展非常迅猛。在美国，麻省理工学院、康奈尔大学、斯坦福大学、卡内基·梅隆大学、密歇根大学和纽约工业大学等著名学府，都已经设立了金融工程的学位或专业证书教育。金融工程的学术研究迅速应用化，如纽约工业大学和华尔街的重要金融机构已建立了密切的业务合作关系。麻省理工学院的金融工程实验室已成为国际金融工程研究的核心。我国的有关学校、人民银行及各大金融机构，应加强对金融工程的研究与教学，培养一大批金融工程人才。在金融工程人才培养方面，应重点培养数理分析能力与创新意识，淡化文科式金融教学训练的历史，编写出高质量的教材；追踪国际金融工程的发展态势，金融教学要从封闭走向开放，理论联系实际，以造就一大批中国的金融工程师。

八、金融工程范围

我们花费了相当多的时间去努力寻求一个能够抓住金融工程学科实质的定义。最终我们认定由约翰·芬尼迪提出的定义是最好的：金融工程包括创新型金融工具与金融手段的设计、开发与实施，以及对金融问题给予创造性的解决。芬尼迪的定义关键在于“创新”和“创造”这两个词。有时这种创新和创造意味着我们思维上的飞跃。这也就是当一种革命性的新的金融产品问世时所具有的创造性，如第一份互换协议（swap）、第一种以按揭贷款（房地产抵押）支撑的金融产品、第一份零息票债券，或者为杠杆购买融资而引入的垃圾债券。有时这种创造意味着对旧有观念的重新理解和运用。这种创造包括将期货交易扩展到一种在期货交易所未曾交易过的商品或金融工具，引入一种变形的互换协议，或者创立一种新的投资方向的共同基金等。而在另一些情况下，这种创造还意味着将现有的产品与手段组合起来，以适应某种特有的情况。在对金融工程的热烈讨论中，前述的最后一含义常常被忽视，但它至少具有与其他内容同等的重要性。其实例包括采用现有的金融产品减少公司的财务风险，降低企业的融资成本，获取某些会计或税收上的好处，或者利用市场效率性不高套取利润。区分真正代表思维飞跃的创新和那些仅包含对旧有观念的重新理解和运用的创新，常常是困难的事情。现成的例子是，一种试图利用股票现货市场与股指期货之间的价格不均衡性来获利的计算机程序控制交易。其基本的套利策略本身，即买进（卖出）现货资产同时卖出（买进）期货合同，是非常陈旧的。事实上，它被应用于谷物的交易已有一个多世纪了。但将该策略扩展到股票现货与股指期货上则要求复杂



的数学建模、高速的运算，以及电子证券交易等条件，方能实现。如果我们着眼于其基本策略，我们便会得出程序控制交易只是对旧有观念的一种新运用的结论。而另一方面，如果我们着眼于其复杂的建模过程、软件的开发，以及通过计算机联网使整个交易得以实现，我们又一定会得出程序控制交易涉及思维飞跃的结论。

金融工程并不只限于应用在公司和金融机构的层面。近几年来，许多最有创造性的金融创新都是面向零售层面，有时也称为消费者层面。它们包括可调整利率的按揭贷款、现金管理账户、可转让提款单账户、退休保险账户以及各种新式的人寿保险。尽管金融工程在商业银行与投资银行均有应用，但其活动与投资银行传统作用的联系似乎更紧密一些，至少从公司最终用户的角度看是这样。实际上，涉足于为公司客户提供金融工程的问题解决方案的商业银行，往往把他们的金融工程师们放在其从事投资银行业务的部门工作。基于以上原因，我们将会经常广义地使用投资银行这一名词。这个名词将包括传统的投资银行、开展金融工程业务的商业银行，以及参与财务建构和风险管理活动的其他机构。不过，我们特别将公司方面雇用的金融工程师与金融工程部门从本定义中排除。我们把公司看做金融工程师提供服务的最终用户，而在较次要的程度上，我们也会考虑到零售层面的最终用户。

从实用的角度看，金融工程师们还介入了许多重要的领域。这些领域包括公司财务、贸易、证券投资及现金管理，以及风险管理。在公司财务方面，金融工程师常常受命开发新的金融工具，以确保大规模经营活动所需要的资金。这并不意味着传统的成型的金融工具无法实现所期望的结果，它们往往是可以的。但在某些情况下，所要求的融资性质或成本方面的考虑决定了必须采用一种特殊的工具，必须将一系列的特性赋予某一种工具，或者必须将多种工具的组合综合地运用。这也就是为什么需要金融工程师的原因。金融工程师们必须理解所要达到的结果的实质，并拼凑出适当的解决办法。此类创新的频繁程度对于那些浏览每日报纸金融版上出现的证券发行广告的人来说，都是显而易见的。同公司财务中的金融工程密切相关的是兼并与收购中的金融工程。兼并与收购组织不断地采用金融工程方法促成交易。近几年来，此类金融工程业务最有戏剧性的是为保障兼并收购与杠杆赎买所需资金引入的垃圾债券和过桥式融资。仅在 20 世纪 80 年代，便有价值数以千亿美元的垃圾债券出售，来为成百上千的并购交易提供资金。

金融工程师还受雇做证券及其衍生产品的交易。他们尤其擅长于开发具有套利性质或准套利性质的交易策略。这些套利策略可能涉及不同地点、时间、金融工具、风险、法律、法规，或者税率方面的套利机会。最近有关地点套利创新包括了期货交易所之间的联网，从而使在美国市场进行的交易可由在国外市场的交易来冲抵。这种全球联网是利国利民令人振奋的进步，它



导致了24小时连续交易的新格局。近几年来的许多创新还涉及了时间套利。最著名的例子大概要算程序控制交易了，当出现某种策略的收益大于其实现成本的情况时，此种套利操作成为可能，而金融工程师们也在不断努力寻找此种情形。金融工具享有的套利，解释了许多导致“复合”金融工具和现金流“重新包装”，实例有复合期权、零息票债券，以及以按揭贷款为担保的债券。风险的不对称性，进入市场难度的不对称性，以及在税收方面的不对称性，都创造出套利的机会。这些不对称性解释了互换协议的出现、优先股的多方面应用，以及具有特殊目的合伙企业的大量增加等许多现象。

金融工程师在投资与货币管理方面也发挥了卓越的作用，他们已经开发出许多新的投资工具，如“高收益”共同基金、货币市场共同基金、sweep系统，以及回购协议市场。这仅是少数的几个例子。通过诸如重新包装和超额按揭等极其巧妙的办法，他们还开发出了将高风险投资工具转变成低风险投资工具的系统。

最后一方面，金融工程师与风险管理有着极深的关系，事实上，绝大多数人都将金融工程与风险管理这两个术语等同起来。这种概念上的等同部分地是因为金融工程师这一名词的来源所造成的。人们普遍认为，金融工程师一词是在20世纪80年代中期由伦敦银行业引入的。当时在伦敦的银行开始设立由专家小组组成的风险管理部门，这些专家为公司的风险暴露提供结构化的解决方案。这些专家小组采取新的策略研究风险管理，这种新策略是要仔细地考察公司所承受的一切金融和财务的风险。

有些风险对所有人来说都是显而易见的，而另一些风险则是间接的、不明显的。另外，有的风险在某些时候会彼此冲抵，而在另一些时候却相互加强。这些专家小组与客户公司合作，目的在于：（1）识别风险；（2）衡量风险；（3）确定公司管理层想要获得的结果。至此为止的每一步都构成了分析。而完成了这些分析之后，专家小组便可采用他们在金融工程方面的现成技术了。专家小组将从一组现有的金融产品，如互惠掉换（swap）、期货、利率项、利率底、远期利率协议等中，拼凑出一个有时被称为结构化方案的解决方法来获得所需要的结果。这种“积木式”的风险管理方法已经成为金融工程师进行金融风险分析与管理工作的基础。金融工程师们有时就其提供的服务收取工程费用，但更为经常的是，他们通过让所属银行执行该“方案”而间接地获取报酬。回过头来说，大多数构造方案时所采取的金融工具都是由银行给出市场定价。这样，银行就可以赚取买卖差价获利。

在结束讨论金融工程的本节内容之前，我们有必要提一下参与金融工程工作的人员的基本素质。在某种意义上，金融工程师们在扮演着三种角色：交易方案制定者（市场参与者）、新观念的创造者（创新者）和钻法律空子者（在法律边缘活动的人）。交易方案制定者为满足客户需要而构造出方案，



并将其出售给客户。当该方案能以可能的最低成本实现客户的目标,并且不会有什么潜在的风险时,该方案才是最优方案。创新者即是那些创造新的金融产品与手段的人。他们常常与方案制定者合作,在现有的金融产品与手段不能满足客户需要时,设计出新的产品。而在法律边缘活动的人则努力寻找和利用各种漏洞。他们精熟于会计法与税法,一旦发现其中不对称的部分便找出套利的办法。这些人的活动常常会使一些漏洞暴露出来。如果没有这些金融工程师查找此类漏洞,税收当局常常意识不到这些漏洞的存在。作为一般规律,当某种漏洞成为众所周知的常识时,立法部门就会提议堵塞这种漏洞。但法律的建立与实施往往是一个缓慢的过程,故而对漏洞的利用总可以持续一段时间。作为成功的金融工程师,通常对与其业务相关的金融理论和使其方案能够生效的数学关系十分精通。他们常常能迅速理解和接受新的观念,并能轻易地看透细节,进而把握基本结构的组成部分。他们还倾向于倡导智力上的开放,以避免封闭式的思维扼杀创造性。同大多数人不同,他们不认为金融世界是由已定事物构成的。当他们被告知某事不能做或无法做时,他们的最先反应是问为什么。他们把每个难题看做是对自身的一个挑战。除了这些一般的相似之处,金融工程师彼此间的共同点便极少了。一些人属于“数字蛀虫”,他们通过对历史数量关系进行单调细致的考察,采用复杂的数学方程来探索并开发策略。他们是本行业的“数量型选手”。另外一些人则属于机会主义者,他们守望可被利用的形势,并努力抓住所出现的一切机会。他们在价格有机会变动之前,在一个必要的交易对手消失之前,或者在别人能想出更好的主意之前,果断而迅速地采取行动。这两类人中最为杰出者往往在市场俗语中被叫做“火箭科学家”。但事实上,一位火箭科学家常常是由双档配合而成(一位能快速出击的机会主义者与一位头等的数量型选手的密切合作)。

我们不在这里细谈金融工程师的就业机会。然而,不管怎么说,我们还是应该在这个关于金融工程的概述中向有志于学习金融工程的学生指明许多可能的就业途径。

简而言之,只要是需要创造性的传统领域都会对金融工程这类人才有需求。当然这主要是指那些投资银行和商业银行,而对其中那些具有全球眼光的机构,情况更是如此,但也不要忽视公司方面的需要。现代化的公司,尤其是跨国公司,极其迫切地渴求这方面人才,而长期以来,这些人才都被吸引到交易领域去了。这些公司越来越意识到需要进行风险分析和风险管理,以及通过非传统市场降低融资成本的能力。然而,几乎很少有股市具备足够的这方面的人才,来对相互竞争的金融机构所提供的结构化方案作出全面而充分的评估。毫无疑问,在未来几年中,股市对这方面人才的需求将会急剧增加。在此提醒读者,尽管笔者主要侧重于从投资银行角度谈问题,但所讲



的一切对于作为股市方面的金融工程师也同样适用。

金融工程发展更为广阔的天地在东方，在亚洲，尤其是在金融市场正在开发和具有巨大潜力的中国资本市场。股市狙击高手在运用金融工程这个工具时，要以中华民族文化为主体，用中华民族文化指导，运用好金融工程这个工具。

金融工程作为一门新兴学科，在 21 世纪正被引入中国的证券市场。证券市场机构的证券投资组合的基础是金融工程中动态套期保值策略的运用；而作为证券市场职业的股市狙击高手，更应该运用金融工程设计出精妙的大规模的套利工具和投机策略，有效地转移股市风险和获取高额的稳定投资回报。

第二节 如何选择黑马

一、结构调整催生理念变迁

中国股市出现“一九现象”并不足奇，因为中国股市中绩优上市公司太少，当前市场中也确实只有 10% 的股票值得投资，另外 90% 的股票只是借题材进行炒作。

证券市场经过十几年的演变，投资者结构发生重大变化，大量机构投资者参与市场，使得股价中心出现转折。机构投资者集中投资 10% 业绩优良的品种。

目前沪深 A 股的资金结构正发生巨变，股市已经进入机构之间的博弈阶段。2004 年机构间的博弈，主要呈现为三元化的市场特征，即以证券投资为代表的“价值投资”的一方，以私募基金为代表的“概念投机”的另一方，以 QFII、国际游资为代表的第三方。与此同时，投资理念也将继续深化，2003 年的价值投资理念逐渐演变为机构之间的价值博弈。

从市场层面来看，2001 年大盘指数从 2245 点开始进入熊市调整，所调整的主要对象就是前一轮牛市中的主流品种和主流思路，凡是前一轮牛市中的大牛股几乎都成为本轮调整中的大熊股，前一轮牛市中被市场认可的股价上涨理由现在绝大部分都被推翻。以往觉得股价理所当然高定位的理由，目前难以得到市场认同，比如“中小盘股股价理应高于大盘股”。所以，2006 年的股市行情是以大蓝筹股为主线。

二、市场效应不宜过分夸大

2004 年年初，笔者在媒体上发表文章曾提出这样一个观点：全民认同“核心资产”的现象是一个非常危险的信号。结果被不幸言中。当我们看到基



金重仓持有的汽车股、钢铁股大幅跳水时,是否还会有人重温“核心资产”的旧梦?在大多数人看好时撤退的投资规律从来没有更改,改变的是我们的投资情绪,好了伤疤忘了疼。这就是为什么大多数投资人会屡屡犯错的主要原因。诚然,证券市场需要新的理念、新的方法、新的机会、新的概念,来刺激因漫长的下跌而麻木的神经。但对新概念的过分渲染,可能会使我们再一次重蹈覆辙。凡事要有个度,“一九”现象有其合理性,而不能过分夸大其效应。

“一九”现象的存在是合理的,并且具有一定的普遍性。如果因为“一九”中一成股票跌得少,资金相对集中,就可以盲目地大呼小叫去投资,这种重现象轻本质的投资哲学必将失败。我们不可否认处在结构调整中的中国股票市场必将呈现强者趋强、弱者趋弱的格局,问题是强者或弱者的稳定性如何。更何况在中国经济巨大变迁的背景下,强弱之间没有明显的鸿沟。

“一九”现象是投资者资金期限和数量双重作用的结果。目前的股票市场中投资者及其资金的多元化,演变成投资策略的多样化,过去单一的投资策略被多样的投资策略所代替;以投资基金为代表的机构投资者对于市场风险的判断、认识及承受能力已经不同于一般投资人,追涨杀跌等情绪化逐步被对投资标的的认真分析的理性所代替。从资金期限上看,近200亿元的投资基金大部分在设立之初,便强调其投资理念追求的是长期分享中国经济的增长,因此设立规则中的期限设计避免了市场在短期波动中非理性的行为,买入并耐心持有使得部分股票表现出明显的抗跌性。从资金的数量看,机构投资者资金数量庞大,在短期的波动中无法做到进退自如,其对股票组合的管理必将面临汰弱留强的选择;另外对后市的不确定性也使得必须保留部分股票避免踏空的风险。“一九”现象有其产业价值的合理性。不过,产业价值的增长并不是一成不变的,当产能瓶颈或供给得到解决后,当证券市场上市公司的质量部分提高后,当管理层完善了证券市场的投资功能后,中国证券市场的“一九”现象将不复存在。

三、筹码积聚与问题积聚并存

分析基金持股从“二八”现象转向“一九”分布的原因,可以认为这几乎是机构投资者没有选择的选择。具体来说,以下几个方面的原因非常突出。

信息来源的雷同是基金持股趋于进一步集中的重要因素。目前的基金公司的研究工作基本上以参考部分重要券商的研究报告为主,而自己独立的研究力量较为有限,基金公司之间的信息来源较为类似。这就决定了最后的投资结果不会有太大出入。类似的投资决策过程带来的必然是筹码高度集中。

基金运行制度的缺陷成为基金持股集中的原因之一。基金的考核并没有一个绝对的标准,而净值的绝对提升也没有给基金经理带来额外的利益,从



而降低了基金经理进取的积极性。相反，进取的过程还存在一定风险，还不如随大流。

基金持股现象从“二八”向“一九”的转变，我们对其蕴涵的风险应该有充分的认识。

筹码集中必然增加流动性风险。开放式基金的快速发展，使基金迅速成为市场主体。这对于深化价值投资理念无疑有所帮助，但同时也加剧了集中持股的风险。部分个股的筹码集中使得其流动性下降，而呈现庄股化特征。

行为偏差必然加剧市场的震荡。对于集中持股的庄股化特征，如果在上升阶段并不会显示出明显的缺陷。由于筹码集中，使得盘口很轻，而会呈现快速上升或震荡盘升趋势，这也就是“机构共谋”行为的结果。但是，一旦大家的思路出现一定的偏差，即使极少部分的基金有减持行为，就很容易形成多杀多的情形，促进市场的震荡；震荡的过程又会提高机构博弈的进程，将进一步加剧市场的震荡。

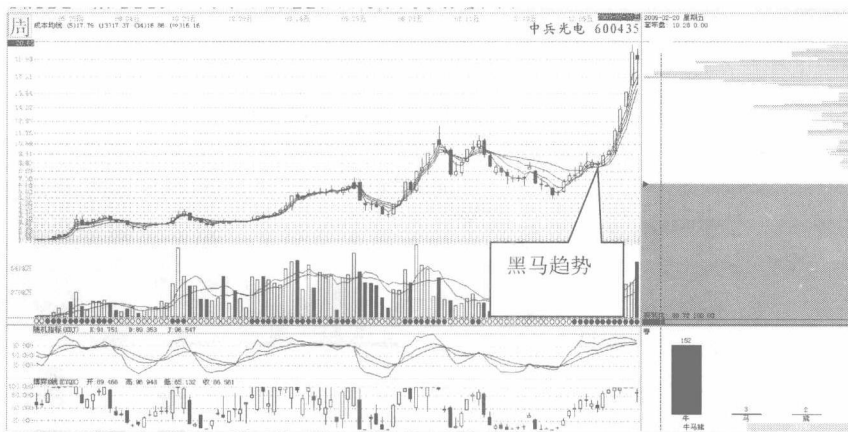
因此，价值投资可能扭曲为价值投机。基金是有能力选择部分价值低估的股票。但是，持股结构所蕴涵的风险将提高基金持股的警惕性，使得基金不敢长周期地持股，而更倾向于短期波段的博弈。这样，原本依托基金深化价值投资理念的预期可能被扭曲的价值投机行为所代替。

四、有核心竞争力或价值低估

对个股的选择，应该以有核心竞争力的上市公司作为长线投资，以价值低估的个股作为中线投资，以热点题材股作为短线投资，这是选股的基本原则。具体实战则应视当时的市场潮流，灵活务实地进行狙击。

1. 行业独特的黑马股

案例：



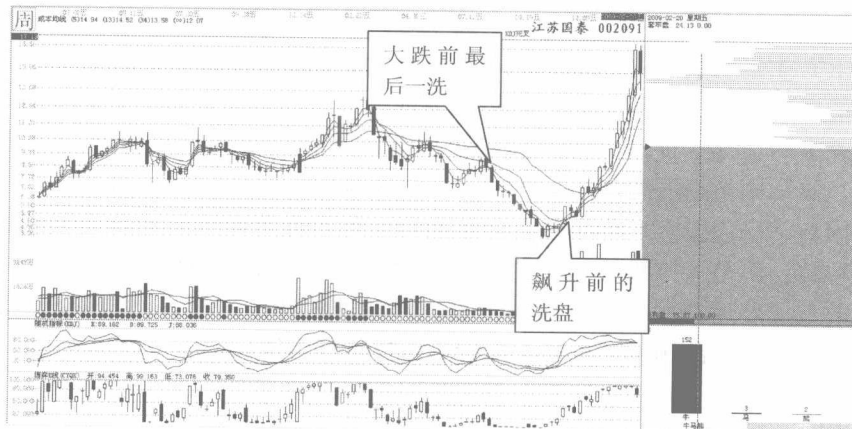
投资组合：

A. 10%的黑马股是投资组合的原则。在选择投资组合时，目前的中国证券市场上只有10%的上市公司具备黑马股的基因，能被超级主力机构相中。因此，在实战投资组合时只能在有核心竞争能力的10%的上市公司中进行组合。

B. 股市狙击手进行股市实战狙击时选择10%的黑马股进入股票池，当这10%的个股中趋势上呈现黑马股趋势时，才能选入实战狙击的投资组合中。

2. 行业转暖的黑马股

案例：



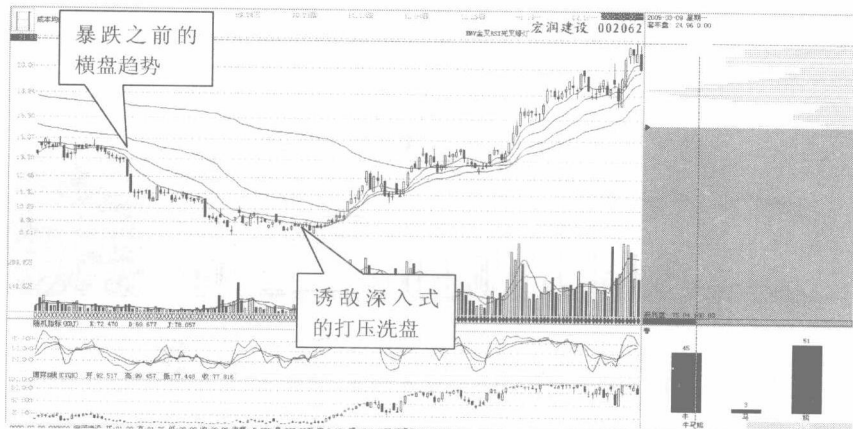
投资组合：

A. 行业转暖的黑马股在低位长期横盘后最后一洗时介入。

B. 黑马股刚启动初期会有小幅洗盘以便后市加速上涨，此时介入是享受黑马股飙升的最佳时机。

3. 人民币升值的黑马股

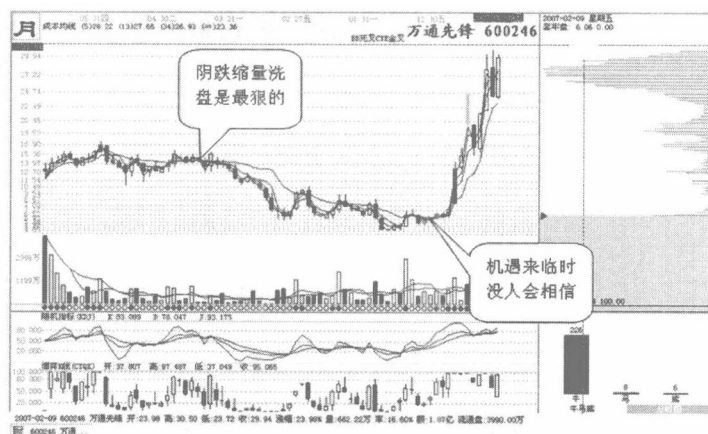
案例：



投资组合：

- A. 缩量横盘后借利空消息压低吸筹，是熊市尾声主力机构常用的手法。
 - B. 诱空逼空式的洗盘是狠毒的，但是也是股市高手的狙击机遇。
- ### 4. 重组后乌鸡变凤凰

案例：

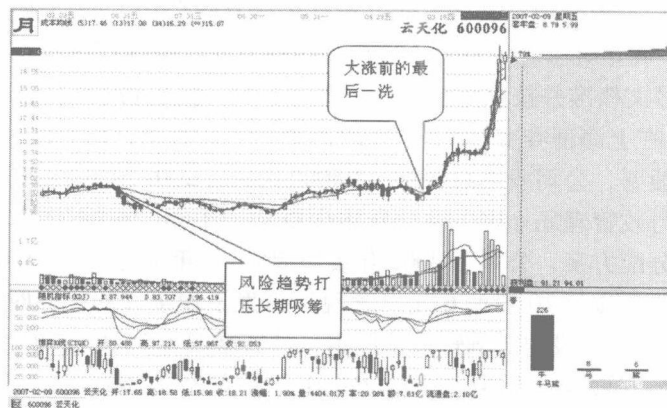


投资组合：

- A. 当风险股票的风险趋势形成后，每次的反弹后都会有更大的风险，可是谁知这是不是乌鸡变凤凰之前机构的把戏呢。
- B. 股市大的机遇来临时，99%的人都不会相信。对这一点笔者是深有体会的。当时股市在 1000 点左右时，笔者到处讲课说是中国股市最大的财富机遇，可是谁也不敢相信。所以说，能赚大钱的永远只能是少数人，因为人们永远喜欢从众。寂寞的高手总是能抓住人们不相信的机遇。

5. 绩优黑马股

案例：

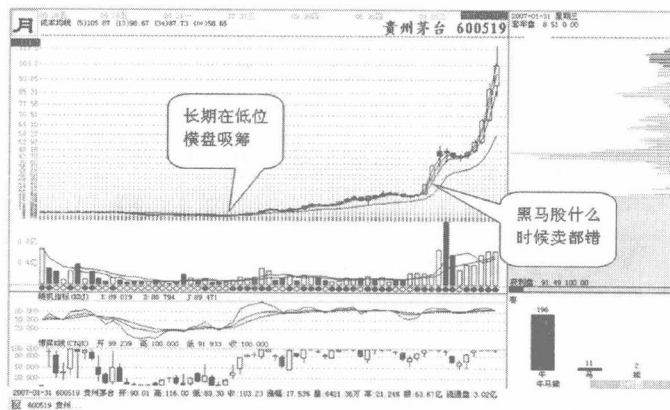


投资组合：

- A. 绩优股经过长期打压吸筹后必然爆发上涨行情，是投资组合的重点关注股。
- B. 长期低位缩量横盘的绩优股，突然打压洗盘，很有可能是大涨前的最后一洗，此时可以果断狙击。

第三节 组合之前的研究

案例：贵州茅台



一、公司简介

中国贵州茅台酒厂有限责任公司（原中国贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司，以下称集团公司、控股公司）作为主发起人，联合贵州茅台酒厂技术开发公司、贵州省轻纺集体工业联社、深圳清华大学研究院、中国食品发酵工业研究所、北京市糖业烟酒公司、江苏省糖烟酒总公司、上海捷强烟草糖酒（集团）有限公司，共同发起，设立股份有限公司。公司成立于1999年11月20日，成立时注册资本为人民币18500万元。经中国证监会证监发行字〔2001〕41号文核准并按照财政部企〔2001〕56号文件的批复，公司于2001年7月31日在上海证券交易所公开发行7150万（其中，国有股存量发行650万股）A股股票，公司股本总额增至25000万元。2001年8月20日，公司向贵州省工商行政管理局办理了注册资本变更登记手续。根据公司2001年度股东大会利润分配方案，公司于2002年度以2001年年末总股本25000万股为基数，向全体股东按每10股派6元（含税）派发了现金红利，同时以资本公积金按每10股转增1股的比例转增了股本，计转增股本2500万股。本次利润分配实施后，公司股本总额由原来的25000万元变为27500万元。2003年2月13日向贵州省工商行政管理局办理了注册资本变更登记手续。



经营范围：茅台酒系列产品的生产与销售；饮料、食品、包装材料的生产与销售；防伪技术开发；信息产业相关产品的研制、开发等。

二、企业发展经过

回眸茅台集团发展史，尤令世人注目和敬仰。从解放前的手工作坊到世界一流的现代化企业；从传统单一的酿造业到跨行业的多元化产业发展格局；从大庆式企业、二级企业到全国白酒行业唯一的国家一级企业；从工厂制到公司制到股份制；从全国知名到全球飘香；从落后的经验式管理升华为卓越绩效管理；从一次性通过 ISO9002 质量体系认证到通过 ISO14000 环境管理体系认证，成为迄今为止唯一通过质量、环境、职业健康安全三大体系整合认证的白酒企业；从政治酒、外交酒、国酒到重如磐石的文化酒、神秘奇妙的健康酒，到象征着“高品位生活”的“非酒”，茅台酒的厚重内涵和卓越品质达到了“一览众山小”的最新高度。

解放初期，茅台酒厂只有几十名工人，到今天拥有 8000 多名员工；从年产量几十吨到今天突破 1 万吨；总资产从建厂初期的 1.2 万元发展到现在的 70 多亿，翻了 50 多万倍；经济效益从 1978 年前连续 16 年亏损到年实现利税 18.8 亿元；销售收入从 1998 年的 8 亿元到 2003 年的 32 亿元；员工人均年收入从 1998 年前的 1.37 万元增至 2.85 万元；长期保持了利税率及人均利税指标居全国同行业之首的绝佳成绩。

茅台集团理性涉入高科技领域，在 2002 年营业收入就以 25 亿多元跻身于中国 500 强企业，成为一个拥有著名品牌和自主知识产权、主业突出、核心竞争能力强大的大企业集团。

纵观企业文化发展史，茅台酒从公元前 135 年的枸酱文化一路演变下来，经历了茅台酱香文化、长征茅台文化、“三茅”文化、国酒文化、当代茅台文化、工业旅游文化到构造茅台卓越品位的健康茅台文化，2000 多年的风雨磨砺，造就了茅台文化的博大精深。

茅台酒 2000 多年的发展历史约可分为五大阶段。

第一阶段：公元前 135 ~ 1915 年。有史可考的茅台酒起源于公元前 135 年的西汉，其时今天的茅台镇一带盛产的“枸酱酒”即为茅台酒的前身。据《史记》记载，汉播阳令唐蒙曾献枸酱酒于汉武帝，汉武帝饮后赞其“甘美之”，故有“唐蒙取枸酱而使南越”之说。唐宋明清以来，茅台酒一直为酒中佳酿，享誉相邻各省。1915 年，茅台“三茅”之王茅、华茅送出茅台酒前往美国参展，在旧金山巴拿马万国博览会上，茅台酒人“怒掷酒瓶振国威”，一举夺得巴拿马万国博览会金奖，成为中国民族工商业率先进走向世界的代表，从此跻身世界三大（蒸馏）名酒行业。

第二阶段：1915 ~ 1951 年。1915 年“怒掷酒瓶振国威”。到 1935 年遵义会议，



工农红军四渡赤水、三渡茅台时，当地人民多次用最好的茅台酒慰问毛泽东、周恩来、朱德、刘少奇、邓小平等老一辈无产阶级革命家和红军将士。在当时缺医少药的情况下，用来擦洗消毒、疗伤，疗效显著，称茅台酒是“神酒”、“智慧酒”。国酒之父周总理说：“红军长征的胜利，也有茅台酒的一大功劳。”

1949年开国大典前夜，对茅台酒情有独钟的周总理在中南海怀仁堂召开会议，把全国质量最好的茅台酒，确定为开国大典国宴用酒，并在北京饭店用茅台酒招待嘉宾。从此每年国庆招待会，均指定用茅台酒。在日内瓦和谈、中美建交、中日建交等重大历史性事件中，茅台酒都成为融化历史坚冰的特殊媒介。党和国家领导人无数次将茅台酒作为“国礼”赠送给外国领导人。从此茅台酒成了政治酒、礼品酒、外交酒、友谊酒，驰名中外。

第三阶段：1951年建厂~1978年十一届三中全会前。1951年，国家在收购三家私人作坊即华茅、王茅、赖茅的基础上，成立了地方国营茅台酒厂。1952年全国第一次评酒会上，被评为我国的八大名酒之一。在党和政府的关怀下，茅台酒厂不断发展，质量不断提高。1958年，毛泽东主席视察西南，出席成都会议期间问及茅台，建议茅台酒质量好应搞万吨。1958年开始到1978年，由于受大跃进和“文革”的影响，茅台酒生产管理停滞不前，出现连续16年亏损的局面。

1975年，时任国务院副总理的王震，在一次全国性会议上正式宣布“贵州茅台酒是国酒”。1975~1985年在遵义易地生产试验茅台酒，10年实践科学鉴定，茅台酒不能复制，不能克隆，得出“离开茅台镇就烧不出茅台酒”的科学结论，给茅台酒增添了神秘的色彩。

第四阶段：1978~1998年。1978年，茅台酒厂一举扭亏为盈，进入良性发展阶段。到了20世纪90年代中期，产品供不应求，茅台酒成为“液体黄金”。同时，质量与品牌成为茅台酒厂发展的基石，为正将腾飞的茅台酒厂提供了强劲的动力。这期间，茅台酒年产量突破千吨大关，企业管理不断进步，开展了TQC全面质量管理，成功争创了国家二级企业继而争创了国家一级企业，1991年名列全国“十大驰名商标”榜首，获国家特大型企业荣誉称号。1993年获最高质量管理奖——金马奖。1994年通过ISO9000质量体系认证。

第五阶段：1998~2006年。这是国酒茅台历史上值得大书特书的8年，随着企业全方位地投身市场经济，茅台集团进入了前所未有的发展时期，实现了连续的跨越式发展，并进而改写了整个中国白酒的“市场版图”。

近年来，袁仁国与贵州茅台酒厂集团公司领导班子成员及全体员工艰苦奋斗，扎实工作，开拓进取，使贵州茅台酒厂集团公司发生了翻天覆地的变化，成为国酒茅台的最好发展时期。许多贵州省和贵阳市、遵义市民众对国酒茅台的形象引以为荣。国酒茅台开拓进取，抢抓机遇，进入了前所未有的发展时期，8年间，茅台集团的产量、销售量、实现利润、税金、利税及实际



上缴税金等主要经济技术指标，都以近乎惊人的速度在增长，实现了连续多年的跨越式发展。

从1998年以来，袁仁国与茅台集团领导班子一道，以顾客和市场为中心，实现了超常规、跨越式发展，改革、发展、稳定整体推进。茅台集团在中国白酒行业的经济规模和效益排位，由第7位一举跃为第2位，销售收入利税率及人均利税两项标志企业“利润最大化”实现程度的关键指标，则始终高居榜首。“贵州茅台”股票凭借良好业绩，股价一路攀升，成为上市公司绩优股和白酒行业领涨股。

国酒茅台凯歌激越，战果辉煌，茅台酒年产上万吨，标志着国酒茅台发展的又一个新时代的来临。特别是在2003年，是茅台集团成绩显著、高歌猛进的一年。这一年，茅台集团白酒产量、销售白酒、实现销售收入、实现利润、实现税金、上缴税金等指标分别同比增长29.7%、10.3%、26.3%、46.8%、25.3%及11.4%，资产负债率继续保持较低水平，资产保值增值率高达113%。

茅台酒年产上万吨的发展历程，在袁仁国看来，是一个艰难曲折的奋斗历程，凝结了历代党和国家领导人和各级领导的关怀和爱护，凝结了几代国酒人的心血和汗水，凝结了几代酿酒专家和科技工作者的智慧和创造。

2003年，袁仁国与茅台集团领导成员面对白酒市场整体继续下滑的局面，正确分析市场形势，制定相应的管理和营销方法，使生产经营管理的方方面面都取得了长足进步。如：新建并投产1000吨茅台酒配套生产能力，连续5年保持了年递增1000吨产量的势头；信息化建设逐步展开，信息化带动工业化迈出可喜步伐；各个管理系统建立和整合，各种先进管理方法引进，管理创新实现重大突破；茅台酒价格大幅度提升，销量同时提升，提价战略圆满成功；投资1.5亿元进军高新技术产业，控股贵州世华数码创业投资有限公司，引进并着手生产1.8英寸微硬盘等新产品，实施“走出酒的天地”迈出实质性的一步；员工收入大幅度提高，企业凝聚力进一步增强。

1998年袁仁国提出了“难中求进，抢中求进，改中求进”的理念；1999年提出了“居安思危，居危思变，居危思进”的理念；2000年提出了“自出难题，自找麻烦，自讨苦吃，自加压力，自强不息”的“五自”精神；2001年，站在企业战略管理的高度，提出了“三个茅台”的发展定位；2002年提出要更新12种观念、发扬5种精神。以上观念均在省内外、白酒行业内外产生了广泛反响，对企业发展起到了极强的“导航”作用。

2003年，整合上述理念，袁仁国又进一步系统地提出：要坚定不移地坚持一个中心，即以市场为中心；坚持一种观念，即抢抓机遇、加快发展、把发展作为事关企业兴衰存亡的第一要务来抓的观念；明确一种思路，即发展要有新思路、改革要有新突破、开放要有新局面、各项工作要有新举措；增强两种意识，即责任意识、危机意识；树立三种思想，即自力更生、艰苦创



业的思想，求真务实、扎实工作的思想，迎难而上、战胜困难的思想；发扬四种精神，即自加压力、自强不息的精神，知难而进、顽强拼搏的精神，艰苦奋斗、务求实效的精神，奋发有为、昂扬向上的精神；坚持五种理念，即主动性市场理念、能动性创新理念、全方位性经营理念、有效性竞争理念、可持续发展理念。

从1999年以来，每年的茅台集团《董事会工作报告》都是袁仁国亲自执笔，与会者一致认为茅台集团《董事会工作报告》内容新颖、可读性强、感染力深。在8年的跨越式发展中，善于在市场经济的实践中总结、提炼和归纳，是袁仁国创新经营的一大特点，袁仁国汇集国酒茅台各方面的人才与智慧，总结、摸索出一整套企业生产经营的成功经验和成熟做法。他认为在以下几个方面值得继续发扬：

第一，坚定不移地以顾客和市场为中心，加大市场营销力度，实施“五个营销”，实现“五项创新”。茅台集团大力抓了工程营销、文化营销、服务营销、感情营销、诚信营销，以茅台酒独有的文化为载体，多角度、多方位地通过各种媒体对企业形象及产品进行宣传，培养酱香型消费群体，并满足消费者个性化需求，开发出红塔集团专供酒、民航特供酒、神舟酒等新产品。与此同时，还抓了网络创新、终端创新、产品创新、服务创新及营销信息管理创新，使得营销网络建设注重了一个“全”字，专卖店建设保持了一个“真”字，终端促销突出了一个“喝”字，茅台酒价格体现了一个“升”字。

第二，坚定不移地以人为本，加大人力资源开发力度，构造“人文茅台”，不断彰显茅台酒的文化底蕴和人文价值。茅台集团将“以人为本”作为企业的核心价值观之一，在2003年确立了“人有所用，人尽其用”的人才观，努力为员工创造良好的工作、学习和发展环境，以实现员工与企业同步发展，提高企业竞争能力。致力于比竞争对手学得更快的目标，集团根据企业战略方向，重点设计了前瞻性培训（满足长期战略和未来变化需要的培训）和应用型培训（根据短期战略和当前生产、技术、经营管理需要的培训）。

第三，坚定不移地以质求存，严格进行质量管理，打造“有机茅台”。茅台集团长期以来坚持“质量第一，产量服从质量，成本服从质量，速度服从质量”的质量观，视质量为生命。不断引入各种先进质量管理方法，逐渐形成了系统的适用于茅台的质量管理体系，有效地保证了质量稳定和过程控制的持续改进。集团还加强了环境保护，采取有机原料基地管理，供方质量保证能力管理等方式，严格掌握并控制供应商供货质量，以与之携手共进，共同追求卓越。

第四，坚定不移地恪守诚信，坚持政治诚信、质量诚信、价格诚信及诚信推介。针对目前我国法治尚不完善、行业竞争无序化越演越烈的状况，茅台集团高瞻远瞩，始终坚持建设以道德为支撑的诚信体系，模范地遵守和执



行国家的相关法规，诚信经营，依法纳税，在质量、价格、战略、品牌推介上严于律己，从而树立起国酒茅台良好的产品和企业形象。

第五，坚定不移地团结拼搏，发扬同心同德、艰苦奋斗的团队精神。茅台集团将领导班子的建设当做经营战略的重要组成部分。通过加强班子建设，在实际工作中，“相互补台，好戏连台；互相拆台，一起垮台”已成为班子成员共识。

第六，坚定不移地继承创新，发展“科技茅台”，促进传统工艺与现代科技完美结合。一方面，茅台集团不断加强科学研究，不断推进技术进步，不断用高新技术、先进实用技术改造传统工艺，用信息化促进工业化，使传统工艺在继承创新中发展、在发展中完善；另一方面，集团又加快了技术改造步伐，并不断加大新产品开发力度，使原先的单一产品发展到现在的三大系列共 60 余个规格品种，新产品的销售额成为总销售额的重要组成部分。

2002 年年初，袁仁国与茅台集团领导班子一道，审时度势地正式提出了争创全国质量管理奖的战略目标。不到两年的时间里，不仅仅是质量管理本身，而且，公司生产经营的各方面工作都以创奖为契机，发生了深刻的变化。

袁仁国与茅台集团领导班子在 2003 年启动新的万吨工程之后，确立了“通过 7~10 年建成年销售收入 100 亿元以上的集团企业”的战略目标。再建万吨工程，打造百亿集团，是国酒茅台实现其发展战略、应对市场竞争、巩固国酒地位、保持行业领先的需要。

国酒茅台 6 年连续跨越式发展，员工的生活质量得到了大幅度提高。公司员工中购买摩托车用于上下班的有 1000 多人，购买小轿车的员工有近百人。2003 年，国酒茅台人均年收入已达 2.5 万元以上。同时，通过坚持改进工艺、创新科技，使员工逐渐从繁重的手工操作中解脱出来，工作的强度大大降低。

2003 年，国酒茅台获得了众多荣誉，跻身中国企业 500 强。股份公司荣获全国质量管理奖桂冠的同时，还被授予全国质量管理小组活动优秀企业等称号。据国内权威上市公司 100 强评估体系评选，贵州茅台荣获上市公司 100 强综合排名第一名。全球著名的投资银行瑞士信贷第一波士顿发表报告指出，贵州茅台等 12 家公司在我国股市中最有投资价值。这也是唯一被推荐食品饮料类上市公司。全球竞争力组织首次对我国 1400 多家上市公司进行竞争力排序，贵州茅台名列中国上市公司竞争力前 10 名；有限公司荣获 1981~2001 年中国食品工业二十大杰出企业等称号。

三、茅台的核心竞争力

茅台的价值就不仅是它作为白酒雄霸或者一个地理意义上的城镇那么简单了。解析一下茅台酒的竞争力状况，也就是茅台酒的价值所在。

茅台酒是世界三大名酒，也是大曲酱香型白酒的鼻祖。早在公元前 135



年，茅台镇的酿酒师们就酿出了令汉武帝赞其“甘美之”的枸酱酒，一脉相传到今天，茅台酒有着浓郁的历史色彩。无论是文人、武夫、帝王还是平民，对茅台酒都有一种莫名的情感。正是历史人物对茅台的情有独钟，才使得茅台能随同历史一样源远流长。茅台酒在它 2000 多年的历程中，积淀的是文化，形成的是酒文化的圭臬，是历史与酒的亲密见证。这就是茅台酒所独有的历史价值。虽然如今遵义有“小糊涂仙”上窜下跳，有“董酒”、“贵州醇”，但这些配角所衬托的恰好就是茅台的历史价值。茅台与历史同在的金字招牌引得这些效仿者乐此不疲，可见历史价值是茅台酒的核心竞争力之一。

如果说人们一开始对茅台的这种情感，是对茅台酒酒质的认同，那么后来就该是对茅台酒的崇拜了。这得益于茅台酒的国酒政治身份，茅台酒因此成了权利和尊贵的象征。尤其在近代，几乎新中国的政治风云人物都与茅台有不解之缘，毛泽东、周恩来、陈毅都曾对茅台酒大加褒奖。这很快把茅台酒笼罩到政治色彩之中，使得茅台酒的民间故事版本越来越多。茅台酒的国酒身份限制了它的产量，也滞缓了茅台酒产业化的大发展。政治色彩笼罩下的茅台酒从计划经济到市场经济，始终没有脱掉政治这件外衣，主要原因就是政治身份同样是一种资本，或者说是一块绝好的市场敲门砖。

茅台酒作为国酒，它的认同度和忠诚度是非常高的。在建国以前，茅台酒还没有正式成为国酒之前，就有人称茅台酒为“黔省第一”。其时，贵州已经是我国重要白酒产地，既然可以“黔省第一”，那么成为广受领导人青睐的国酒也是自然的了。

茅台酒的品牌价值也是数以亿计的，但却远远低于五粮液。为什么？最主要的是这个标准没有把茅台酒的历史价值和政治价值估算进去，当然这也是无法估算的。茅台酒作为国酒和国企，一样存在着市场运营上的弊端，市场渠道单调，离市场最大化的目标相差甚远，这也直接导致了其品牌价值远低于五粮液。

但我们不能因为单纯的评估而认为茅台的品牌价值低，茅台应该算真正意义上的白酒最具价值的品牌，因为它的品牌内涵和属性是竞争对手所无法复制的。

茅台酒的地理价值在于茅台镇有赤水河，有红土壤，有大山，有白酒类唯一可以进行天然发酵的理由。独特的区域自然环境和地理优势，使得茅台酒即使酿造工艺被剽窃了，拿到外省也生产不出来这种纯正的酱香型白酒。这点和法国的葡萄酒园有惊人的相似。法国的葡萄酒园即使隔了几十里地，所收获的葡萄和酿造的葡萄酒也逃不出品酒师的甄别。

无法复制的地理环境从某种意义上而言，它还是一种地理品牌。黄山的毛峰是极品绿茶，但它也不一定是严格意义上的原产地黄山毛峰。茅台酒产于茅台镇，但茅台镇的酒却不能统称为茅台酒，这就是茅台酒的地理品牌，或



者说是茅台酒的地理属性。

白酒的生产工艺有价值吗？放在别的白酒品牌是个未知数，但就茅台酒而言，它的生产工艺绝对是有价值的。如果茅台酒的生产工艺没有价值，那么茅台镇所产的都可以算很好的茅台酒了，那么国酒就不可能产生。茅台酒的酿造工艺是当地工艺中最先进生产力的代表。

无法复制的地理属性加上独特的酿造工艺，茅台酒令竞争对手又爱又恨。爱的是可以借助茅台镇的地理品牌，贴牌生产行销大量白酒；恨的是永远只能是模仿，因为得不到茅台酒的生产工艺；再则，即使得到了茅台酒的生产工艺，而且在茅台镇盖起了厂房，也不能生产茅台酒，因为这个商标已经被注册。

地理品牌的特殊性和注册品牌的内涵及唯一性，使得竞争对手无法吃透茅台，即使是吃透了茅台，也无法再造茅台神话。财阀赖永初的后人没有做到，相信再也没有人可以做到了。赖永初的正宗茅台酒，如今也只能叫“赖茅”。“赖茅”甚至可以注册一个商标叫“赛茅台”，但无疑，它不是茅台酒，或者说是在工商局备案，享受法律保护的国酒茅台。

茅台酒也是白酒行业唯一一个无法贴牌生产的白酒酒种。这才是茅台酒的最核心的竞争力所在。

四、茅台酒的价格策略

茅台人说：酒越沉越香，所以我要让它越放越值钱。

名牌高档酒均在大幅提价，有的提价比例最高达 40%。这在应对新酒税政策出台，加速品牌的两极分化方面并不奇怪。但茅台酒却破天荒地按年论价。茅台酒股份有限公司发布消息称，2001 年元月 1 日零时之后出厂的所有茅台酒都会在突出位置标明出厂年份，以后每年把价格上调 10%。

茅台老总袁仁国明确表示，年份制的推出意在用价值规律充分发挥茅台酒巨大的品牌价值。新税制规定：对粮食白酒和薯类白酒在仍维持现行按出厂价依 25% 和 15% 的税率从价计征消费税办法不变的前提下，再对每斤白酒按 0.5 元从量计征一道消费税；取消现行的以外购酒勾兑生产酒的企业可以扣除其购进酒已纳消费税的抵扣政策。

新税制的出台，把白酒业逼上了不归路。白酒企业如果提价，虽然会减少税赋的压力，但同时也会失去市场，失去价格竞争力。而长期的价格战虽推动了行业的结构调整和产业升级，但也使白酒业付出了沉重的代价。假冒伪劣、偷税漏税、地方保护、换汤不换药等各种手法使得白酒业不能自我寻求解放，也使得价格战的作用大打折扣。新税制也只是从外力上对行业进行强行推助，要解决根本问题，还必须从内部寻找竞争力的源泉。

在经济学里，商品可以分为两类：一类是一般商品，其特点是能够进行



大量重复的生产，其价格的决定以价值为基础；另一类是特殊商品，它们的数量有限，由于各种条件的限制，不能像前一类那样大量生产，甚至不能再生产，其价格完全由市场的供求状况、购买者的喜好程度及其支付能力等因素决定。茅台酒以其独特的地理、气候条件和生产工艺，以其不“俗”的品牌化运作方式（笔者以为，品牌化运作方式有两条路：一、追求市场覆盖率，即量；二、追求产品竞争力，即价格），取得了巨大的成功，而且以最小的代价（动用的资源最少，即产量）实现了最大的收益（利税），经济价值在整个酒业可以说是最大的。由于限量生产，艺术价值最高，茅台酒按年份制进行营销运作本不该惊世骇俗，但由于此举是前所未有的，所以还是掀起了不小的波澜。

开发市场，经营品牌实际上是长期投资活动。茅台酒由历史积淀而形成的文化价值已达到空前的积聚，应以一定的方式释放；在市场经济下，通过时间即年份的形式在价格上逐渐转移是最恰当最自然不过的了。茅台酒年份制营销策略的意义就在于：

（1）品牌个性化作风的集中体现。茅台酒文化已经完成了传统向现代的嬗变。几年前，酒市场风起云涌，有不少人暗暗替茅台担心：反应迟钝，过于尊大，它会不会被市场抛弃？如今，实践已经证明，坚定地走自己的路也能闯出一片新天地。茅台的不走市场化之路而走产品化之路正是其成功的捷径。

（2）差异化构筑攻防最高壁垒。年份制这一营销策略与简单的提价不同，更有别于对某某品牌酒的多少多少年命名，因为后两者价格竞争方式粗浅得让所有的竞争对手都可以闻风而动。年份制如果操作得当，将把竞争者远远抛在身后。其差异优势体现在两个方面：

A. 白酒的本身属性。白酒与其他酒种有着本质的区别，它不存在保质期的障碍，并且越陈越香。

这一上天赋予的功能差异优势，使得其他酒种对此策略只能望洋兴叹。

B. 时间竞争方式。年份制要求以后出厂的酒，价位要逐年递增。降价易，提价难，何况要年年递增10%，谁敢贸然跟进？走“市场化”之路成功的品牌没有必要，走“产品化”之路成功的品牌一时羽翼未丰也不敢轻易追风。

（3）目标市场更加明确。继公款招待、名流交际、礼品消费之后，茅台对目标市场的定位更加明晰，茅台人有意要在加入WTO之后，使茅台最终成为中国的“路易十三”、“路易十四”，引导国人消费理念向更高层次升华。另外，随着中国富裕阶层队伍的壮大，投资方式逐渐多元化，以茅台酒做收藏品无疑是明智的选择。年份制使茅台酒逐渐增值，对于投资者的信心来说，这是最大的风险保障。对收藏者和茅台人来说，流走的是岁月，积累的是财富，投资酒类收藏品以及开发酒类收藏品市场都会是双赢的局面。



年份制时间营销策略是一个创新，它是品牌提升的产物，是新税调整背景下的智慧策应。把时间价值纳入竞争体系是一种创举，在予以肯定的同时，也要告诫跟进者，应冷静分析自身的市场素质和品牌竞争力，切不可盲目跟风。

五、茅台：创新“营销策略”

市场是企业生存的第一空间。对于白酒行业来说，不变的是酒，变的是卖酒。从这个角度上说，市场营销策略的成功定位和创新，是企业在未来发展中的归宿。茅台集团正是在这一点上为企业构建了市场发展的新起点。

1998年以前，茅台在计划经济的“大伞”下遮阳避雨，对市场风云的变幻无须担忧。销售工作只是开票发货，配个“盘子”，可有可无，而生产则居于至高无上的中心地位。

自从1998年全身投入市场经济后，原来的销售工作远远滞后于业内同行的尖锐矛盾突出地暴露出来。而且，其时国内其他白酒企业已在产品产量规模和市场占有份额上，对茅台集团形成咄咄逼人之势。

茅台这一任集团的领导班子，恰好是在企业外部环境最困难的1998年中期到位的，可谓“受命于企业危难之际”。

正如贵州茅台酒股份有限公司销售总经理乔洪所说：“决定企业生存和发展的根本永远是市场。国酒茅台所有的工作，就是以市场为中心，围绕开拓市场、占领市场来开展的。”

集团决策层清醒地看到：随着市场消费意识正朝着追求高品位生活的方向悄然转化，如果仍然只以沿袭几十年的单一53度、500毫升装的茅台酒去博弈市场，显然“势单力弱”，难以将茅台巨大的品牌能量释放出来。

由此，根据“一品为主，多品开发，做好酒的文章”的发展战略，调整产品结构，大力开发新产品，顺理成章地成为了茅台集团开拓营销市场的重要课题。

以市场为“舞台”，茅台针对不同地域、不同口味、不同层次、不同消费习惯、不同消费能力的消费者的多种需求，细分市场，在几个层面和侧面齐步推进了产品多元化。

第一，茅台酒自身单一酒度、单一包装的格局被彻底打破，53度之外，还开发了38度、43度、46度等三种低度茅台酒，包装也分为1000毫升、500毫升、250毫升、50毫升，二套装、三套装、礼盒等好几种。同时，在国内白酒行业独家推出“年份制”白酒，其中包括15年、30年、50年、80年等不同年份的陈酿茅台酒和普通茅台酒，并在其包装上标注出厂年份，以表明不同的价值。

第二，开发酱香型的“茅台王子酒”、“茅台迎宾酒”，与茅台酒共同形成高、中、低档齐全的酱香系列产品。



第三，大举进军口味大众化的浓香型白酒市场，着力将习酒公司打造为“茅台浓香白酒基地”。

“春之系列”习酒以及集团技术开发公司开发的“茅台醇”等产品，代表了“黔派浓香”新形象。

第四，产品链向其他酒类领域延伸。以高端市场为目标的“茅台啤酒”、“茅台干红”，以及集团保健酒公司生产的“茅台不老酒”、“茅台女王酒”保健酒先后应市，引起了市场选择的良好回应。

第五，创新个性化营销，着力推广“专卖店专供酒”和稳步推广“佳宾”、“贵宾”级的茅台迎宾酒及“纪念酒”等品种；而且，只要顾客需求，还可以量身定做国酒。

多品种、多规格的产品结构及合理的价格定位，成功地构建了茅台集团的市场发展新起点，加快了拓展市场空间的步伐。与调整产品结构基本同步实施的创新营销策略，即是有针对性地重新构建营销网络。一是把自己的销售片区从原有的6个逐步发展到28个。二是把不同层次、不同所有制的具有经济实力的经营能力的经销商吸收进营销网络中来。三是按照统一标准大力进行“专卖店”建设，以保证消费者就近能买到价真货实的茅台酒。四是在100个重点城市建立起市场信息采集点，以灵活地根据市场消费变化做出及时反应。

通过规范及严格的资格审查，目前，全国各地与茅台酒股份有限公司签订协议的经销商已达到480多户，专卖店400余个，基本覆盖了地级以上城市和重点县级、口岸城市，并正积极、谨慎地向其他县级城市普及延伸；整个营销网络初步形成了总经销、特约经销、购销合同单位、专卖店（柜）的骨架。

茅台酒股份有限公司在香港、澳门等地设立了专卖店，并将陆续启动在西欧、北美、澳洲、东南亚等地建立营销中心或专卖店；招聘国际人才实施跨国营销战略，以扩大和稳定茅台酒在国际市场上现已拥有的160多个国家和地区的市场份额，巩固其国际品牌地位，让海外消费者也能方便地购买到放心的茅台酒。

正因为茅台酒拥有卓越的品质和很高的品牌价值，在市场经济制度还不完善、市场经济秩序还不尽规范的情况下，不可避免地要受到假冒伪劣现象的侵扰。公司站在维护国酒声誉的战略高度，在各级政府及相关部门的支持下，采取了卓有成效的打击假冒伪劣的措施：专门成立了“打假办”，有一支专业打假队伍常年在全国市场巡查，对假冒伪劣“茅台酒”，一经发现即配合政府有关部门予以收缴、销毁，并追踪打击；建立起较为完善和有效的防伪系统，确保茅台酒的防伪技术始终处于全国、乃至世界先进水平。

为市场提供高质量的服务，是茅台集团实施“质量战略”的重要内容的



延伸，也是其在构建市场发展新起点中着力抓好的又一项工作。本着“顾客心动，我们行动”和“一切从顾客的需要出发，追求顾客满意度最大化”的原则，依托完善信息系统建立起客户服务中心，实现了24小时全方位、全过程服务，使产品的售前、售中、售后服务质量提高到一个前所未有的高效率水平。客户从下单到收货的时间已由过去的5天缩短到2天；而且，如经销商从客户中心的互联网下单，一经确认，当即即可从就近的中转库提货。

中国工商银行贵州省分行贵州茅台酒厂集团“网上银行 BtoB 在线支付”的开通，使茅台集团商务活动中的资金清算更为畅通，信息流、物流、资金流实现了完美、统一、高效的结合。

作为创新营销策略上的重要组成部分，茅台集团还别开生面地推出了“诚信推介”的宣传举措，让广大消费者全面客观地认知茅台酒有益人体健康的内在品质，了解茅台酒的酿造过程及其卓越品质形成过程，明白茅台酒所具有的物质、精神双重价值。

六、用心经营，回馈社会

茅台为酒民所爱，但更是股民的所爱。2005年第三季度季报显示，茅台每股净资产和每股收益率等关键指标高居两市第一名。绩优第一股的冠冕，茅台第三次戴上。

虽然上市以来股价一直稳定在较高价位，同时流通股数量只有1.35亿，却长期被看做“基金重仓股”的代表性个股。作为“慢牛股”的代表，茅台在散户投资者心中形象很美。

股民爱茅台，茅台也爱股市。茅台股份董事长袁仁国说：“茅台酒品牌是中华民族的财富，但上市后才变成了真正的‘公众公司’。上市是茅台历史上最重大的事件之一。”

茅台上市6年来，除首发融资19亿元外，主业以外暂无投资，在很多资本运作专家眼里并不是经营战略的成功案例。对此袁仁国很迷惑：“账上存款多确实让人着急。可是账上没钱，报表上投资很多，收益很少，反而不让人着急吗？”

上市以后从未增发新股，年年现金分红，每次季报、中报、年报都报告数额巨大的未分配利润，在最新的季报上这个数字已经超过了10亿元。在财报上，项目投资是茅台最稳定、变化最少的明细。

所有这些，都表现出和很多上市公司不太一样的个性。袁仁国说，股民和投资者追捧茅台，是冲着茅台品牌去的，他们的投资用来做好茅台品牌，天经地义。

可能是上市之前不缺钱的原因，茅台至今脑子里没有圈钱这根弦。虽然所有管理层都没持有公司股票，但茅台的股价高位稳定，仍然让袁仁国十分



开心。原因是他认为这证明了公众对茅台酒品牌的热爱。

茅台高管的年薪在上市公司里面不算高，与茅台每年数十亿的利税相比简直是九牛一毛。也许正是这种“公众公司”的心态，让季克良、袁仁国等高管心里十分平衡。“领导个人不想圈钱，公司自然就不会把股市当做提款机了。”

茅台上市6年，是公司历史上改造和改革最多、力度最大的6年。

其中技术改造项目22项，企业素质改造项目3项。凭着取之于投资者、用之于投资者的朴素想法，借上市之力，茅台快速地实施着他们的“国酒价值再造”工程。

袁仁国坦言，关于茅台保守，多元化发展步子不够大的批评曾经给他们带来过一定的压力。管理层也曾经讨论过多元化发展的问题，但总觉得风险太大。后来是一个著名经济学家的观点给他们撑了腰。这位经济学家指出，现代企业的经营目标应该是资产最大化而非利润最大化。

袁仁国认为，用这个标准衡量，茅台的选择没有一点问题。茅台的股市表现带来的品牌增值更坚定了他们做好酒文章的信心。其实茅台有办法让自己的业绩翻几番。茅台酒的质量标准里最重要的就是存放期必须达到5年，也就是说今天卖的是5年前生产的酒。

如果要追求短期利润，不要说靠贴牌提高产量，就是把存放期不到的酒当做合格品包装出厂，以茅台的品牌力量，销售收入翻番也没有问题。但是茅台宁可以数倍的力气去开发、销售系列酒，也没有让一瓶不合格的茅台酒出厂。

股市就是一个透明的企业市场，一个追求资产最大化的企业，可以也只有在这个市场上被合理定价，得到合理回报。虽然中国股市争议很大，但茅台的股市故事，让人相信这个市场正在走向理性，否则QFII就不会投资热情高涨了。贵州茅台走企业专业化发展的路子是正确的，中国资本市场太缺少像贵州茅台这样具备无法复制的具有真正核心竞争力的上市公司了。只有这样独具核心竞争力的上市公司，才是能成为中国资本市场真正的资本大鳄，成为受投资者欢迎的资本大鳄。

第四节 投资组合

目前中国股市虽然机构众多，但是有实力参与博弈并起主导作用的机构主要是：民间资本、基金、证券公司等。笔者讲过每轮股市行情的启动是“手眼通天”先知先觉的民间资本发动的，基金、证券公司等机构是在上涨后才反应过来，开始跟进。基金经理经常在股市追涨杀跌。基金经理在股市追涨杀跌的案例很多。为什么基金经理在运用马可维茨模型进行股票的投资组



合中总是失败呢？难道是该投资组合的模型理论错了吗？模型、理论本身是没有问题的，关键是运用该理论模型的人。如同孙子兵法理论一样，会背孙子兵法的多如牛毛，但是会打仗能打胜仗，并且成为军事家的人却只有少数人。马可维茨模型是在证券市场有效的情况下才有一定的参考意义，而中国目前的证券市场大部分情况都是市场无效的，在市场无效的情况下，马可维茨模型根本就没有参考价值。这也就是为什么我国的基金经理僵化地套用马可维茨模型失败的主要原因。为此笔者建议：我国的证券投资基金经理在实际运作中可应用该模型作为投资组合选择的分析工具，在证券市场有效的情况下可以作为参考资料，而不是僵化地套用该模型，更重要的是要根据市场的发展变化动态地调整投资组合策略。中国的证券投资基金经理要想在证券投资实战中取胜，必须在以下方面的深度研究上下工夫。

一、走在市场前面

随着市场博弈各方的转换，原先占据主导力量的“纯粹依靠虚假炒作的庄家”渐渐退出历史舞台，而数量日趋庞大的公募基金越来越成为市场真正的主力博弈方。因此，基金经理若想战胜市场，唯有真正了解市场并且走在市场前面。

基金只在关心上市公司的发展前景，或者说是未来业绩的增长。但由于市场面临更大的扩容压力，因此基金也只关注一年最多两年内的盈利前景。说白了，基金只买进业绩有可能在一到两年内快速增长的公司。基金的这一特点表明，如果我们找到了优质建仓的品种，然后在相对的高位介入，最终很可能是要成为被套一族的。尽管基金的建仓过程会导致股价的上扬，但一旦基金退出购买行列，股价一般都会下跌，因此我们很可能买在相对头部。当然，在股价回落一定幅度以后基金也许会补仓，但补仓的力度不会很大。如果大盘持续下跌从而导致整个市场的中心下移，那么以业绩为衡量标准的基金有可能将目标股的预期定位降低，从而无法解套。这也就是为什么基金经理多次出现追涨杀跌的原因。

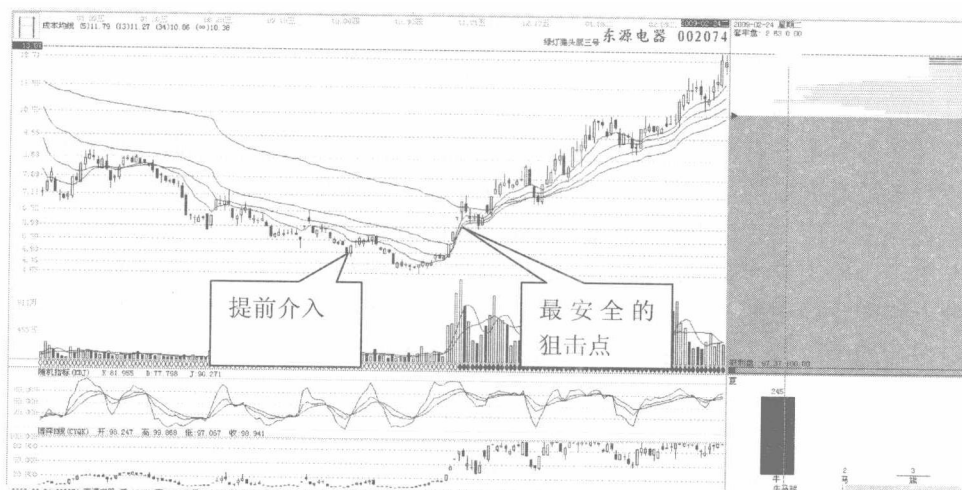
显然基金在其他投资者之后买进并非良策，因此基金的投资组合必须改变策略。关键在于变“事后跟进”为“提前介入”。其实就是买在其他投资者之前，让其他投资者为我们抬升股价。当然，要“提前介入”的话，主要工夫就在盘外了，必须将主要精力放在公司基本面的研究上。

比如某公司去年增发，投入的项目前景很好，明年将出效益。这一点基金的研究人员肯定知道，但基金决不会在去年公司增发时就建仓。因此，我们一方面紧紧跟踪公司基本面的变化，另一方面还须提前一年左右跟踪盘中的买卖盘变化，寻找合适的时机抢在市场之前介入。“提前介入”的操作方法是建立在基金投资组合的基础上的，会给基金带来高的回报。这表明在新的



时期这种方法的确有不错的效果。让我们走在市场的前面。

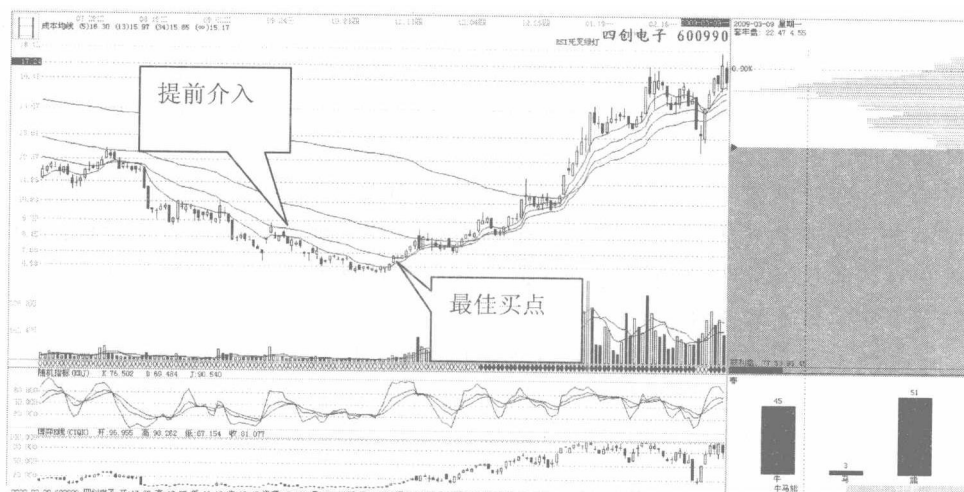
案例 1：



走在市场前面：

- A. 对于资金较大的机构来说，只有提前介入才可能获得丰厚回报。
- B. 最安全的狙击点只适合少量资金或小机构介入。

案例 2：

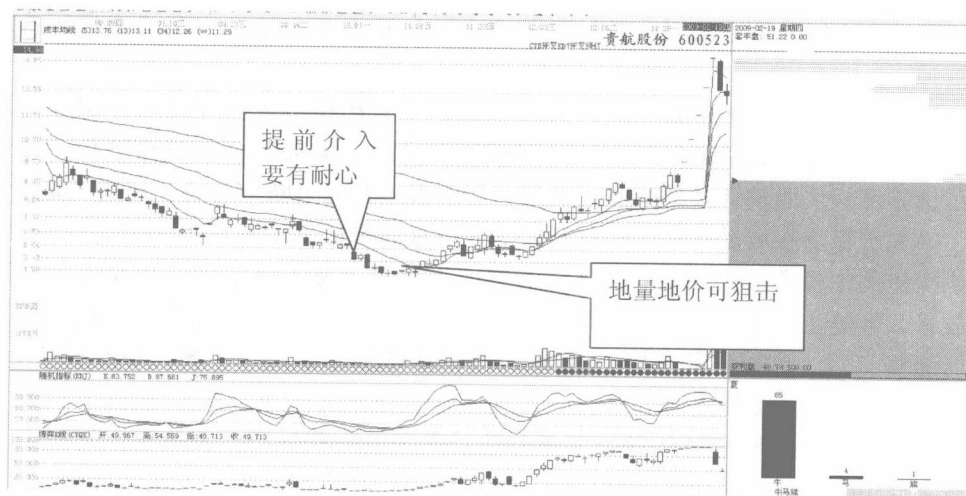


走在市场前面：

- A. 对于主营清楚有业绩支撑的股票，在低位提前介入是上策。
- B. 最佳买点只属于股市狙击高手；如同最佳卖点一样，不适合大众。



案例 3:



走在市场前面:

A. 走在市场前面需要一双慧眼，更需要超群的自信。走在市场前面时，当时 99% 的人都与正确观点相反，有时会弄得自己也有点不敢相信自己。此时，就需要有加倍的自信和足够的定力。

B. 地量地价的狙击更需要超人的胆量和眼光。能够在地量地价时买入，并且能够耐心长线持有，等到获利丰厚时再卖出，那种内心深处的淡定力量可不是一般凡夫俗子能做到的。

二、如何捕捉领涨板块

在一轮上升行情之中，每个板块、每只股票上扬或下跌的幅度与速度各异。同样一轮上扬行情，投资者所持的股票不同将直接影响投资收益的多寡。

一轮上升行情启动一定是由一个或数个板块轮番上扬，形成局部或全面的赚钱效应；吸引场外资金不断介入，达到众人拾柴火焰高的局面。一个或数个领涨板块的形成，一般都包括以下几个步骤：1. 股票价值被市场低估，较长时间被冷落盘跌；2. 价值被发现，舆论或政策导向出现强烈信号；3. 价值回归炒作；4. 价值被高估，形成气泡；5. 价值回归，股价加速下挫。

板块中那个要成为一轮行情的领涨板块，内因是这个板块整体市场价值被低估，股价普遍偏低。具备类似或相同的题材或概念，这个题材或概念容易引发投资者产生想象，刺激投资者对该题材或概念产生冲动，主力资金的流入自然率先推动股价领先大盘上扬。一个市场热点的产生更离不开政策与舆论的推波助澜。

要想第一时间抓住领涨板块，一定要眼观六路，耳听八方。政策面的变



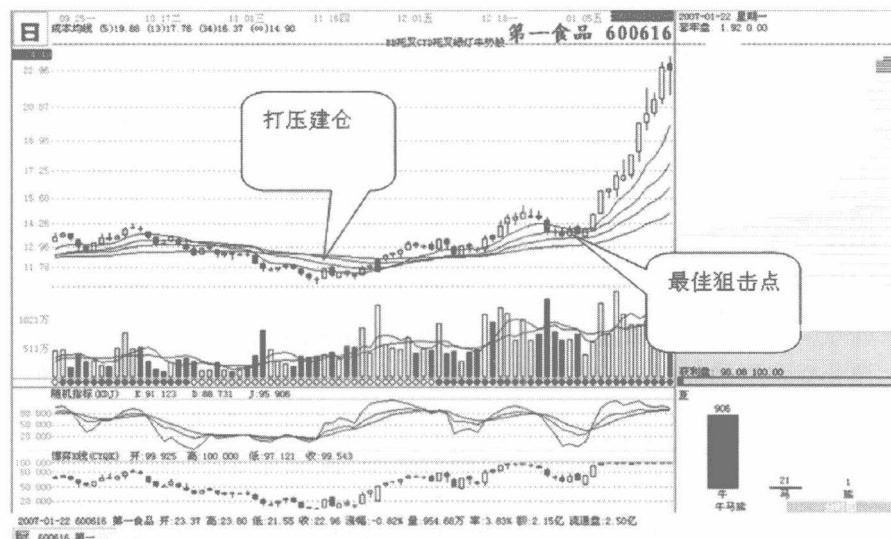
化是决定市场热点形成的最主要动力因素。一个市场的炒作热点或数个热点能否拥有广泛的群众基础，关键是看这个炒作热点是否符合当前的政策核心精神。

当一个或数个领涨板块股大幅上扬后，一旦舆论对此持异议时，则发出价值被市场过分高估的信号，该领涨板块将出现“滞涨”或放巨量下挫，显示该领涨板块股整体炒作降温或退潮，持有者应及时果断地卖出，规避风险。

领涨板块在启动初期往往具备以下几个盘面特征：1. 政策倾斜利好出台，或媒体集中报道某些政策或经济生活热点。2. 在长期低迷的市况中率先底部放量，大笔主动性买盘不断出现在某股票的分时交易记录明细表中，该股票居涨幅前列，并刺激具备同一或类似题材或概念的板块股上扬；成交量大，成交金额呈价升量增走势，在资金流向记录明细表上居前列。3. 领涨板块股启动之时常常出现跳高开盘，迅速上扬，成交量短期暴增，买单很大封住涨停。4. 市场投资者普遍持观望或怀疑态度。5. 市场评论开始关注领涨板块，随着领涨板块股的上扬评论也开始升温。具备以上5个交易特征几乎可以肯定领涨板块初步形成。

领涨板块初步形成之际，投资者要“快、准、狠”地及时买入，若没有敢于果断买入的勇气便会贻误良机！

案例 1：

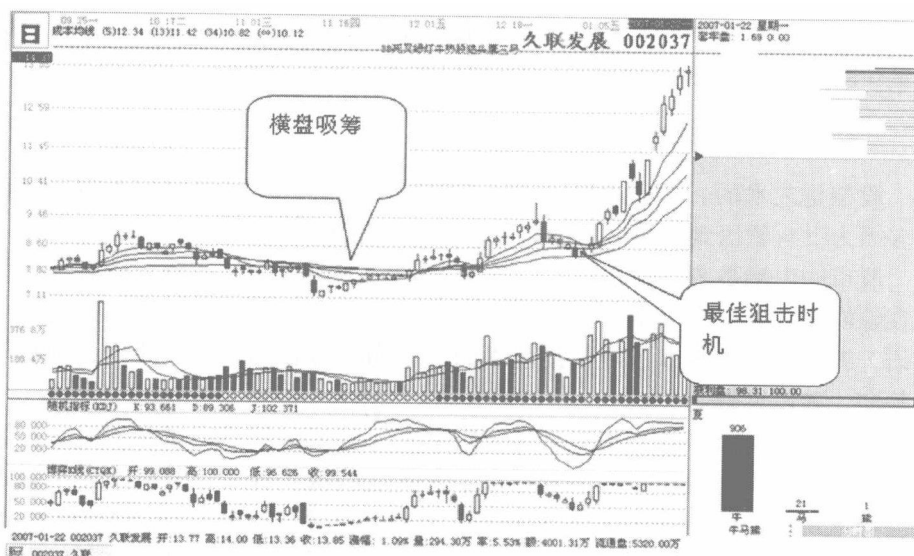


股市狙击：

- A. 主力机构打压建仓时成交量不会放大，建仓尾声成交量会慢慢温和放大。
- B. 大涨之前主力机构会试盘，然后再作最后一次洗盘；最后一次洗盘往往是最佳狙击点。



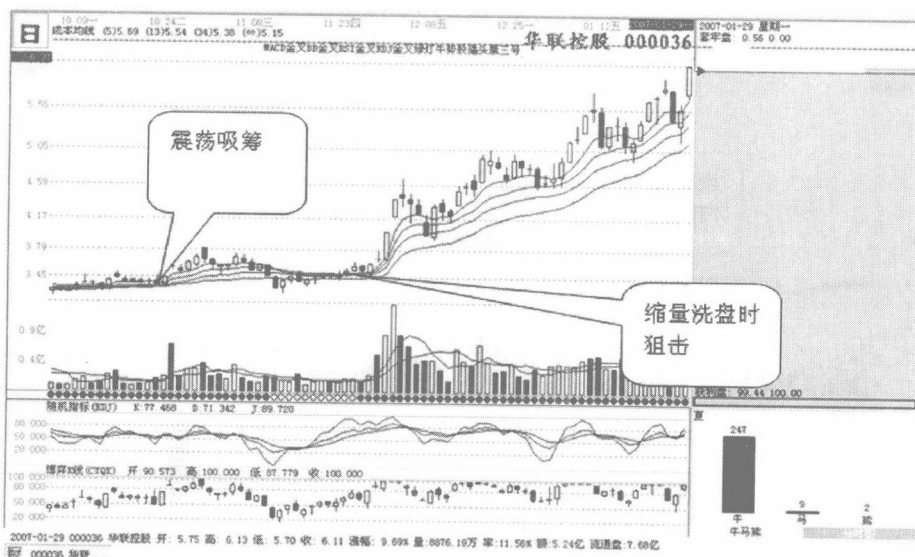
案例 2:



股市狙击：

- 股市狙击如果在其缩量横盘吸筹时介入，就一定要有耐心长线持有。
- 等到最后一次洗盘的最佳狙击点时狙击，也要耐心地中线持有。

案例 3:



股市狙击：

- 主力建仓时震荡吸筹股价不跌，说明主力机构已高度控盘，股价在其



最后一次洗盘时也不会下跌。

B. 这种股票最后一次洗盘最多只能是缩量横盘而已，对其最佳狙击时机只是在缩量横盘时。不能错失这个时机，否则，只有追涨。

三、把握灵活的股市艺术

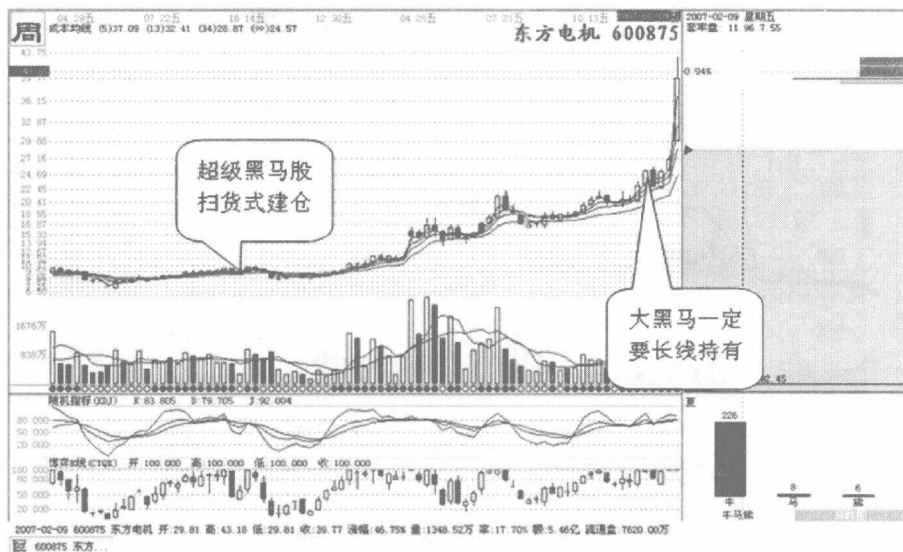
股市是艺术的。为了谋利而亲近股市的，往往都铩羽而归。究其原因，大多因为没有领悟到股市的真谛——股市其实是艺术的。

股市的内涵是艺术的。屏幕上的 K 线图，如山川，如波澜。既有无限风光在险峰，也有修身冶情是谷底。时而如波涛汹涌，浪遏飞舟；时而如吴侬细语，缠缠绵绵。股市的外延是艺术的。闻切经济脉搏，指点江山，领銜资本趋向，独占风骚。

股市是艺术的，以艺术的眼光来欣赏它，以艺术的热情来亲近它。抛开利益的驱动，深情地珍惜它，熟悉它。欣赏它的雄伟峰谷，赞叹它的浩瀚波澜。在欣赏之余，请你悄悄地理解它，默默地读着它，记住它发展的历史，回味它经典的片段。尝试着，犹如你飞越其巅；尝试着，犹如你徜徉其间。你会觉得股市是世界上最美的艺术。

当股市接受了你的热情，当股市把你当成知己，当股市一览无遗地向你展现它神秘的风采的时候，你又会得到什么呢？

案例 1：



股市艺术：

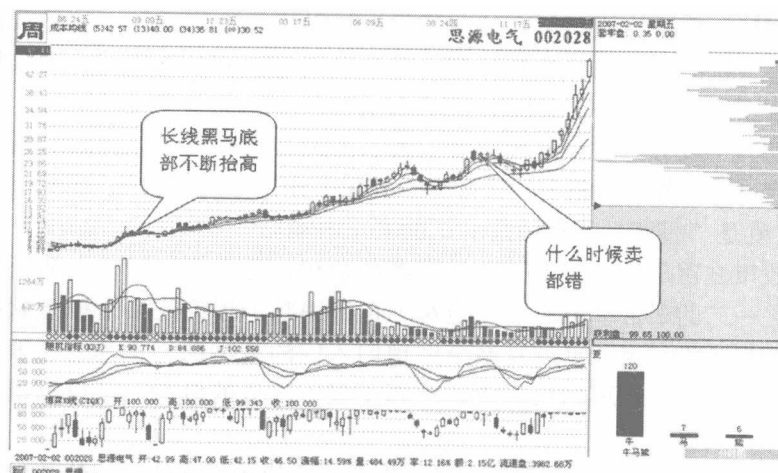
A. 不同的股票和不同的机构在股市的运作手法不会一样，不同的时期也会有不同的运作思路，不能把前一次股市的成功经验在下次简单地生搬硬套，



这就是股市狙击的艺术性。

B. 但是超级黑马股长线持有，却是股市投资获取丰厚利润的共性。

案例 2：

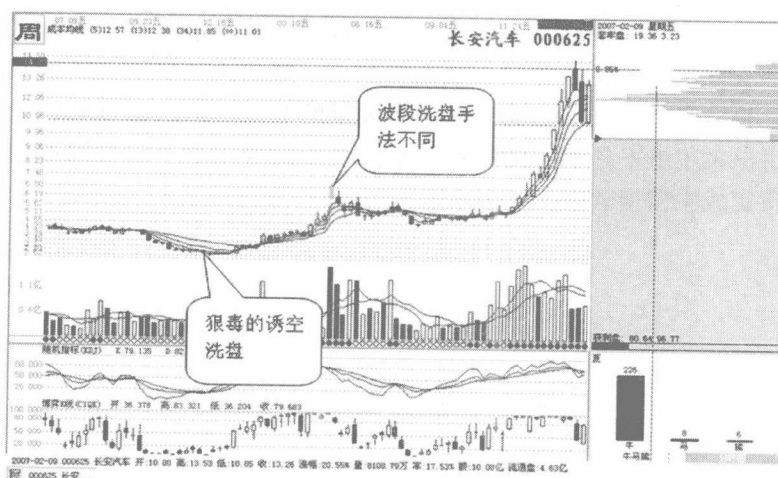


股市艺术：

A. 有的黑马股一上市股价就不断地创出新高，低点不断地成为历史，这样的黑马股是最值得长线持有的。

B. 对于这种少有的大牛股，能做的就是买进并长线持有。这是大智若愚和无为而治的哲学境界，是凡夫俗子无法理解的。

案例 3：



股市艺术：

A. 主力机构建仓完毕后，慢慢缩量向下打压洗盘，把股价再向下慢慢跌至腰斩，是最狠毒的洗盘手法。



B. 股价上涨一倍后的洗盘，表明了主力机构想谋取更大的利益，其野心不小。

总结金融大师们在股市取得的非凡成就，不外乎有三种途径：一是买进便宜的股票并在这些股票被合理定价的时候抛出：价值投资。二是买进那些可以一直增长的公司股票并持有它。三是发现全新的投资领域。股票投资组合的运用不能忽视这些本质规律。

他们其中没有一位仅依赖学者们所喜爱的各种手段，如回归分析、现代资产组合理论、技术分析等。大师们总是集中注意“特殊性”，而不是“一般性”。这就是“投资是特别的艺术”的真正内涵！

得股市之道是几百年来无数投资者的梦想，是需要用毕生心血征战才能修得十之一二的艰苦卓绝之路，绝对不是套用某个理论或某个模型就能解决的问题。但是投资组合模型是基金经理们入门的基本功，是基金经理们必须熟悉弄懂的。基金经理们入门之后对真正股市之道的修炼，是投资组合模型之外、之上的修炼。

“会当凌绝顶，一览众山小”是参透股市之道的境界体现。修德的最高境界是玄同，修德的根本是从道、守道，像道那样“无为”。无为的要求是：知“道”者不用语言表达，用语言表达者并不懂得道的无为法则。玄同的根本要求是与道合一。要做到与道合一，必须与万物和谐、协调、平等相处，融合光辉，同化尘世，挫掉锋芒，消解纠纷，使万物（包括人）形成一个平等、和谐、协同的“玄同”整体。这是道的本性所要求的。玄同是最高的同，是最高的平等与和谐状态。做到玄同的人，不能亲近谁，也不能疏远谁；不能使谁得利，也不能使谁受害；不能使谁受尊重，也不能使谁受鄙视。这种彻底奉行“玄同”原则的人是天下最高贵的人。股市之道能讲出来的只能是显性知识，只是股市之道冰山的一角；而大量的股市之道的隐性知识是讲不出来的。讲出来了就不是真正的股市之道，真正的股市之道只能靠股市狙击高手在股市实战中慢慢领悟。



第五章 坐庄与跟庄

第一节 坐庄策划

为什么要坐庄？坐庄收益可能很大。但坐庄风险也不小：挟数以亿计的资金入市，股价每升跌一两个价位都意味着几十万上百万的资金增减，其风险不可谓不大。此外，还要受到法律的制约、政府的监管和散户的对抗。那为什么还是有人乐此不疲呢？坐庄的都是大资金。这些资金本身为何投资股市，其具体的原因也许是千差万别的，但最终目的只有一个——获取暴利。我国股市发展到现在，虽然不能说没有值得投资的好股票，但如果单纯想靠上市公司的分红来获利，至少在 A 股市场有点像天方夜谭。因此，资金投入股市中的基本目的还是赚取买卖的差价。如果没有了股价的波动，利润就没有了基本来源。

对大资金来说，为何要坐庄，问题还与市场风险有关。股市的风险包括系统风险和非系统风险两大类。由于国内股市缺乏股指期货和做空机制，大资金可以应用现代投资组合理论来有效地降低非系统性风险，但仍无法回避系统风险。而国内股市尚处于发展初期的这一基本状况，又决定了市场的系统性风险（如政策因素而引起的风险）要远远高于西方国家（或地区）的成熟股市。这样的系统风险对大资金来说是难以承受的。要解决这一问题，坐庄就是一条很好的捷径。通过坐庄，可以控制上市公司的流通股乃至整个上市公司，使股价走势随心所欲，使个股价格不再随大盘一起升跌，从而可以最大限度地解决系统性风险这一难题。

在这种情况下，我们就可以充分理解大资金要在股市获利和避险，剩下的也许只有一条路了——坐庄。例如：证券投资基金前几年在证券市场进行分散投资理财的投资组合，结果赔得差点儿失去了在中国证券市场上生存的权利。2003 年后基金公司总结了失败的教训后，选择了集中持股、联合坐庄的思路，比过去进行分散的投资组合效果要好得多。

当然，坐庄回避了市场风险，但同时又带来新的风险——违规、违法的风险。因此不少庄家也会付出相当大的精力来规避和解决这些问题。这些问题只要思路正确是较易解决的。

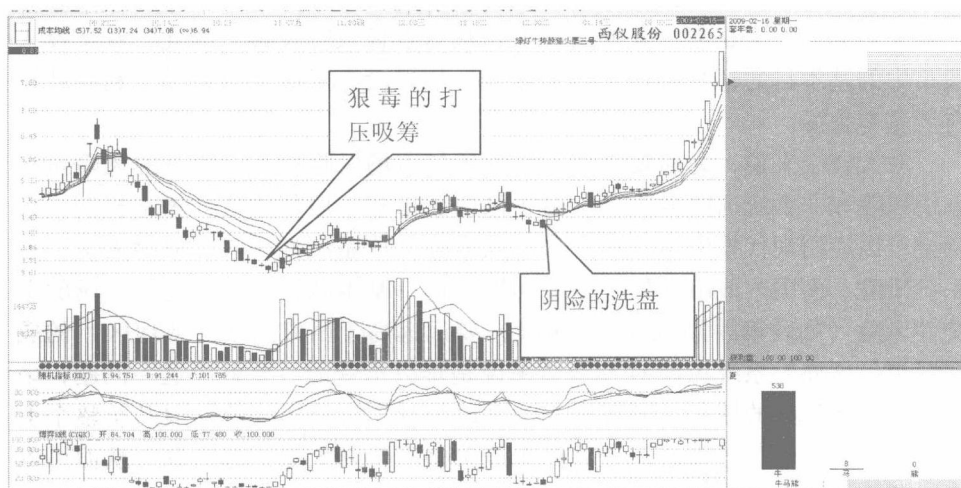


超级庄家

中国股市历史有德隆系、复星系、宝钢系、科龙系等很多系超级庄家。在目前中国证券市场的超级庄家里面，德隆系是彻底失败了，哈里系的运作也不成功，其他小的派系也是垮的垮倒的倒，真正成功的并不多。当然也有思路正确运作较成功的超级庄家，例如复星系运作是最成功的，宝钢系运作也较为成功。

随着中国股市股权分置改革的完成，全流通时代来临，中国股市将会出现以上市公司大股东为主力的庄家群体，以大财团为主体的更有实力的大庄家出现。而且更大的庄家能主导整个证券市场，那将会是汇金公司和国资委这样的超级主力。还有保险资金、资产管理公司、国外大财团等机构来到中国的证券市场进行坐庄，操纵博弈；只是手法会越来越高明。但是庄家的本质不会改变，这是大机构追逐大利润的必然，也是争夺证券市场话语权的必然。

案例 1：

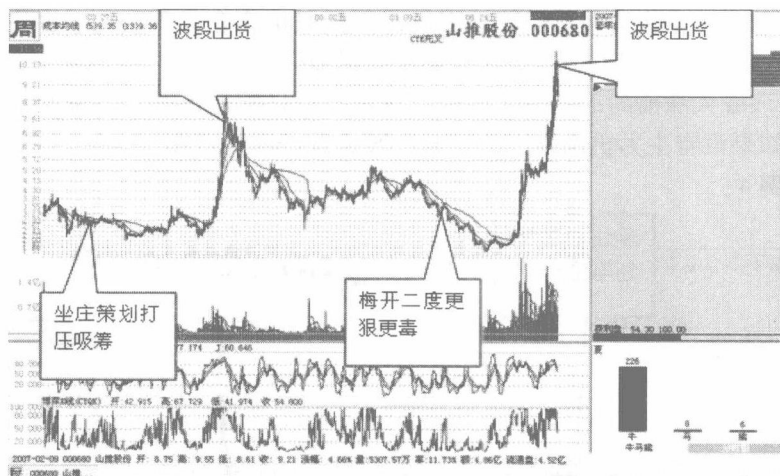


坐庄与跟庄：

- A. 大机构到资本市场来是为了争夺更多的利益，在其建仓初期总是会狠毒地进行打压吸筹。
- B. 阴险毒辣的洗盘手法是主力机构常用的伎俩。



案例 2:

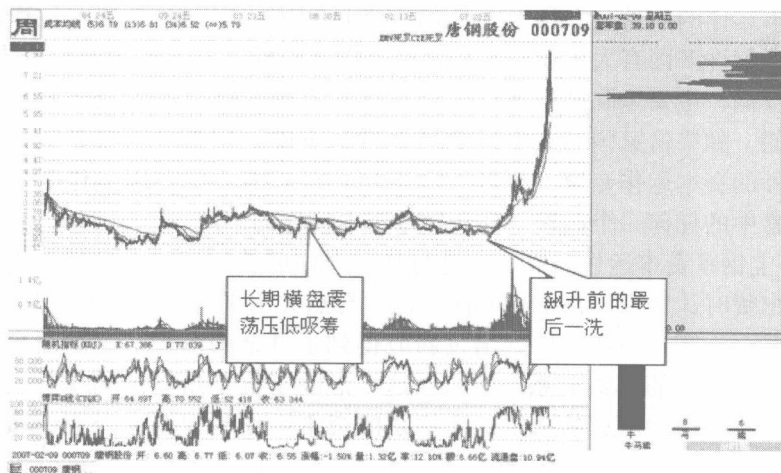


坐庄与跟庄：

A. 该股的坐庄策划是非常成功的。坐庄之所以能成功，与其坐庄前的策划与坐庄定位的准确是分不开的，而不是完全凭资金实力。

B. 坐庄的成功更重要的是不能吃独食，把基金也拉了进来。这是一个上市公司与基金公司合作、互相利用非常成功的案例。虽然表面上看起来自己的利益少了点，实际从长远来看，风险系数降低了，每年都能从证券市场获得稳定的高收益，实际上的利益增加了；同时又可以回避自己坐庄的不好形象，让投资者更相信，给自己的进退都留下了很大的余地。这就是高明的地方，也是为什么机构能在资本运作中成功的地方。

案例 3:

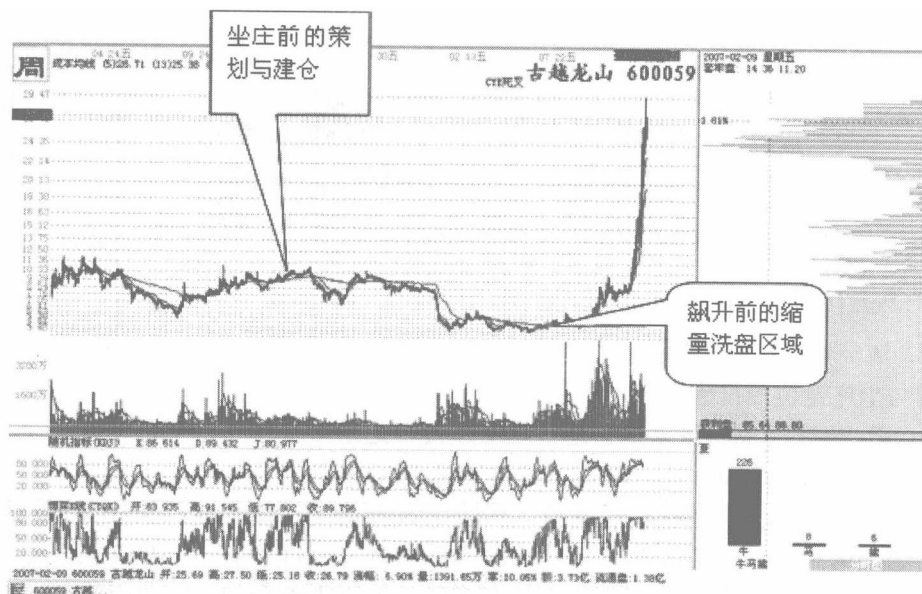


坐庄与跟庄:

A. 这是一个主力机构长期横盘震荡压低股价建仓吸筹案例。在主力机构建仓时只要股价一涨就被打下来,如果是提前介入谁也受不了这种折磨。

B. 该股大涨前的最后一次洗盘。洗盘一般是缩量下跌,上涨是温和放量上涨。如果没有主力机构强大的资金,股价是不可能持续上涨的。

案例4:



坐庄与跟庄:

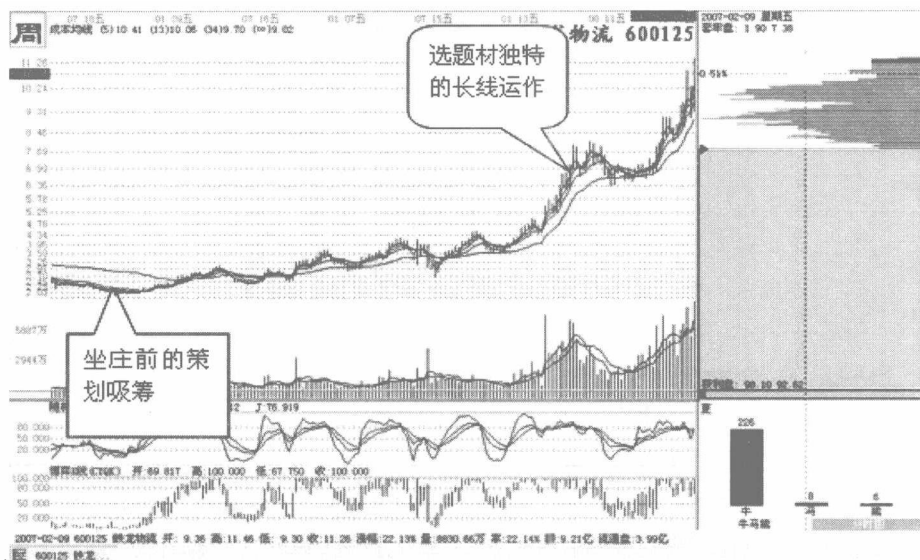
A. 说到上市公司的坐庄就不能不谈宝钢。宝钢系的产业运作成功的背后是其资本运作的成功,在国有企业的资本运作中,宝钢系是资本运作最成功的。笔者与许多国有大企业老总有过合作与沟通。国有大企业搞资本运作,成功率较低,主要是制度问题。有许多资本市场的财务是不能公开或从账面上看到的,如果这家国有大企业老总背景不硬,或者没有眼光或不敢相信公司之外的资本运作专家,或者说找不到真正有能力的资本运作专家等等这许多因素中的任何一个因素,都会导致资本运作的失败。

B. 宝钢系资本运作的成功也是与基金合作成功的案例。虽然宝钢的主力在高位出货时让董事长在中央电视台自吹有点欠水平,但是目的还是达到了。宝钢与基金的联合坐庄,使其增发新股得到了基金的支持,这里面自然有基金支持宝钢增发的利益关系。所以,这一点除了资本市场的高手外,普通投资者是看不明白的。总的来说,宝钢系的资本运作是国有大企业中做得最成功的。

C. 古越龙山的坐庄运作也是成功的,看来向宝钢学了几招。



案例 5：基金坐庄



坐庄与跟庄：

A. 铁龙物流是基金学会坐庄的案例。说实话，中国股市的主力机构只有坐庄才能获取暴利，但是一定要坐庄成功。

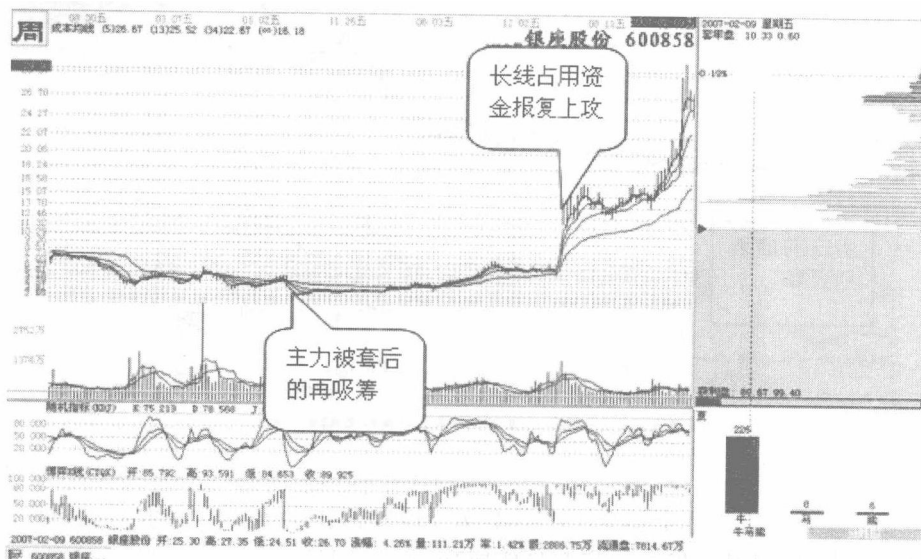
B. 基金通过这么多年的交学费，正在学会股市坐庄的艺术。股市坐庄的最高境界是主力机构能做到有庄家主力就像没有主力庄家一样，十分自然，谁都不会认为这是一只庄股，但它又确实被主力机构庄家所操纵。这就是最高的坐庄艺术，目前国内还没有看到这样的高手。笔者有机会愿意为某个志同道合的大财团一试，坐庄坐到像没有庄家主力机构一样。只是要达到这样的境界，前提是必须要有一个产业基础较好的大企业集团，然后是集团总裁能与笔者达成理念上的共识，还能充分授权给笔者，而且是长期的健康的资本运作。

看来是视野决定思路，思路决定出路。机构坐庄的策划思路一定要正确。



第二节 如何操纵

案例：



坐庄与跟庄：

A. 这个上市公司在 2002 年找过笔者，当时该主力被套，又遇上中国股市崩盘的长期大熊市。当时笔者认为坐庄时机不成熟。

B. 该上市公司还是较有实力，主要是 2002 ~ 2005 年该上市公司在房地产上有暴利，帮助其渡过了大熊市的难关。后来该公司有了大量资金，就进行了长期的低位补仓吸筹扫货，然后随着中国股市历史性转折点的到来进行报复性飙升。

许多投资者经常对个股盘口的一些特殊现象感到迷惑不解，这里来给大家做一个解析。

一、做收盘

1. 收盘前瞬间拉高。在全日收盘前半分钟（14：59）突然出现一笔大买单加几角甚至 1 元、几元，把股价拉至很高位。其目的：由于庄家（或主力，以下略）资金实力有限，为节约资金而能使股价收盘收在较高位或突破具有强阻力的关键价位，尾市“突然袭击”，瞬间拉高。假设某股 10 元，庄家欲使其收在 10.8 元，若上午就拉升至 10.8 元，为把价位维持在 10.8 元高位至收盘，就要在 10.8 元接下大量卖盘，需要的资金必然很大。而尾市偷袭由于



大多数人未反应过来，反应过来也收市了，无法卖出，庄家因此达到目的。所以，股市狙击手有时卖股票也会选择在下午 2:30 以后，或临收盘前的几分钟——这就是针对这种庄股的狙击策略。

2. 收盘前瞬间下砸。在全日收盘前半分钟（14:59）突然出现一笔大卖单减低很大价位抛出，把股价砸至很低位。其目的：A. 使日 K 形成光脚大阴线，或十字星，或阴线等较“难看”的图形，使持股者恐惧而达到震仓的目的。B. 使第二日能够高开并大涨而跻身升幅榜，吸引投资者的注意。C. 操盘手把股票低价位卖给自己或关联人。

二、做开盘

1. 瞬间大幅高开。开盘时以涨停或很大升幅高开，瞬间又回落。其目的：A. 突破了关键价位，庄家不想由于红盘而引起他人跟风，故做成阴线。也有震仓的效果。B. 吸筹的一种方式。C. 试盘动作，试上方抛盘是否沉重。

2. 瞬间大幅低开。开盘时以跌停或很大跌幅低开。其目的：A. 出货。B. 为了收出大阳使图形好看。C. 操盘手把筹码低价卖给自己或关联人。

三、盘中瞬间大幅拉高或打压

1. 瞬间大幅拉高，盘中以涨停或很大升幅一笔拉高，瞬间又回落。其目的：试盘动作，试上方抛盘是否沉重。

2. 瞬间大幅打压，盘中以跌停或很大跌幅一笔打低，瞬间又回升。其目的：A. 试盘动作，试下方接盘的支撑力及市场关注度。B. 操盘手把筹码低价卖给自己或关联人。C. 做出长下影，使图形好看，吸引投资者。D. 庄家资金不足，抛出部分后用返回资金拉升。

四、“钓鱼”线

在个股当日即时走势中，开始基本保持某一斜率的上行，之后突然直线大幅跳水，形成类似一根“鱼竿”及垂钓的“鱼线”的图形。

此为庄家对倒至高位，并吸引来跟风盘后突然减低好几个价位抛出巨大卖单所致。此时若接盘不多，出不了多少，可能庄家仍会拉回去，反之则一泻千里。

五、长时间无买卖

由于庄家全线控盘或多数筹码套牢在上方，又无买气。

六、在买盘处放大买单

此往往为庄家资金不雄厚的表现。企图借此吸引散户买入，把价位拉高。

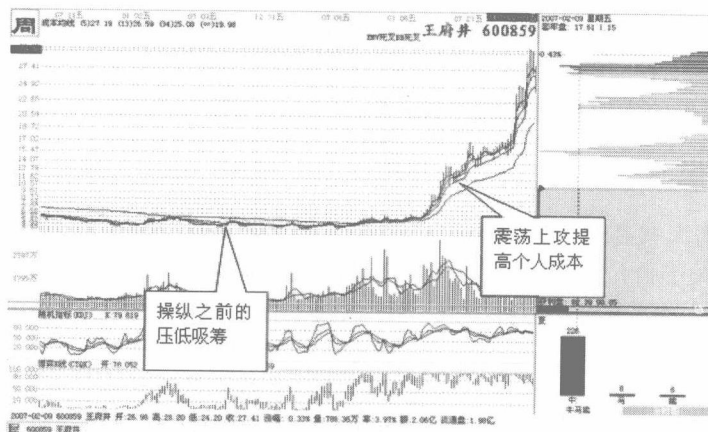


(庄家若欲建仓，并大幅拉高，隐蔽还来不及，怎么会露于世人：我要买货。)

七、买卖一、二、三上下顶大单

庄家欲把价位控制在此处。

案例 1：

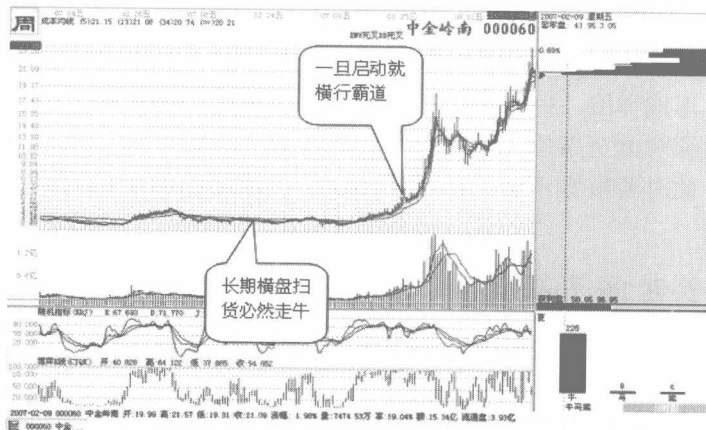


坐庄与跟庄：

A. 这是一个上市公司自己进行资本运作的操纵。当然该股的操纵还是比较成功的，首先是其上市公司的业绩增长，产业运作成功；其次是与基金的合作，与基金联手操纵。

B. 该类主力机构操纵的庄股，主要是产业的升级，商业本来利润并不高或亏损，但是其值钱的是其商业连锁渠道，还有其商业地产，及商业圈形成后带动周围的房价等附加值。股市狙击高手要关注的是股价背后的产业变化。

案例 2：



坐庄与跟庄：

A. 这也是一只主力机构坐庄操纵非常成功的案例。该主力机构的操纵成功是选择上市公司正确，主要是上市公司行业转暖。

B. 股市狙击手的投资组合：对于这类上市公司行业转暖的股票可以进行狙击，并纳入到投资组合中来。

第三节 跟庄仓位

跟庄要点：结合基本面和技术面跟庄。

我们在以上章节中分析了庄股的技术面 and 基本面的一些主要特征，这对于跟庄操作来说是至关重要的。发现庄股和跟庄的第一要点就是结合技术面和基本面的特征进行操作。从基本上分析，我们可以洞察庄股的内在实质；而从技术面角度我们又可以及时了解庄家的动向。

即使从目前尚不充分的信息渠道分析庄股的基本面，我们也可以发现几个重要的事实，比如庄家对个股的偏好、谁在坐庄、筹码收集的程度如何、即将进入坐庄的哪个阶段等等。这些资料，是跟庄操作之前必备的基本信息。“知己知彼，百战不殆”，掌握尽可能多的资料，可以充分降低操作的盲目性，更加清晰和准确地把握庄家的动向，便于作出投资决策。尽管庄股的技术走势与一般股票有所不同，但总有蛛丝马迹可寻。

如果结合其中长期走势和当日盘口走势一起分析，准确度就会大大提高。根据技术面跟庄的首要前提是准确判断庄股所处的阶段，这一点是显而易见的，我们在下文中还会进一步谈及。掌握庄家的持股成本是跟庄操作中又一个重要因素。这一点在庄股的长期走势中可以得到比较充分的反映。现在市场上有不少分析工具提供了成交量积累的分析手段，这有助于我们分析成交密集区，进而大致确定庄家持筹的平均成本。那些股价与庄家持筹成本相差不大的庄股，往往值得追踪和介入；而一旦发现股价已经远离庄家的成本区域，则风险的增大已不言而喻。此时即使庄股的图形再漂亮，公布的利好消息再多，也只能敬而远之了。

《庄子·养生主》有记：庖丁解牛之时，手之所触，肩之所倚，足之所履，膝之所蔽，莫不中音，合于桑林之舞。文惠君很是惊奇，庖丁释刀回答道：彼节者有间，而刀刃者无厚，以无厚入有间，恢恢乎游刃有余矣。

股市中的庄家与散户的关系也可看成牛之硬骨与刀之薄刃。如盲目操刀必将刀折刃卷；而如切中骨之关节，就可游刃有余。

也许有人谈庄色变，我看大可不必。实际上股市上庄家与散户是一对矛盾的结合体，就像三国时的吴与蜀一样，为了“利”字聚在一起，若即若离，暗流涌动，和而不同。



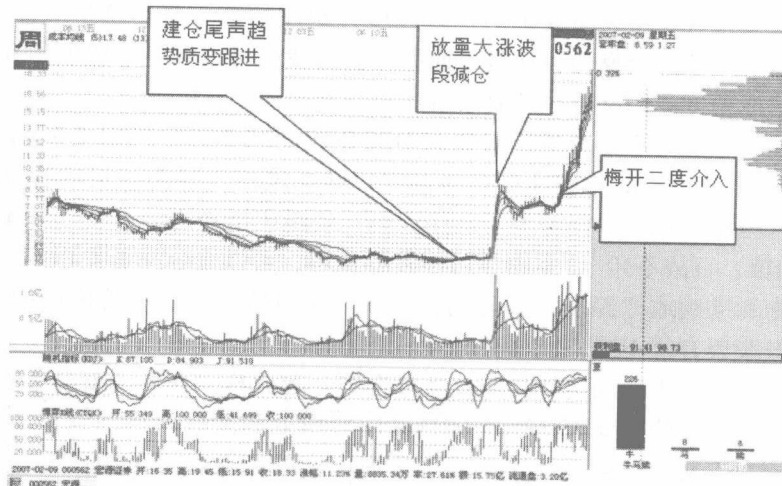
主力建仓不外乎两种方式:主动建仓和被动建仓。主动性建仓主力有较大的周旋余地,周期可能也较长,在其建仓的过程中对散户皆是鸡肋。

被动建仓又分被套建仓(如发行、配股失败或前坐庄失败)和拉高建仓(在突发性特大利好,主力踏空条件下)。

主动性建仓主力会有其完备的操作计划,个股的操作周期也相应较长;而被动建仓的个股可能就是暴风骤雨式,其涨也速,其跌也快。

主力建仓时不管怎么隐蔽,总会显示出某些蛛丝马迹,如成交量不规则放大,股性逐步活跃,股价有时会脱离大盘走势等等。此时散户与庄家处于相对相持阶段。

案例 1:



跟庄仓位:

A. 股市狙击手的跟庄仓位要根据被跟庄个股的流通盘大小来决定,原则上流通盘低于 3000 万的庄股最好不要跟。太小流通盘的庄股出货难度较高,而且庄家较容易发现,但是对于资金只有几万的小散户来讲还是可以跟的。

B. 对于股市狙击手来说,跟庄仓不能超过被跟庄股的千分之五的流通盘,否则,因为跟庄盘资金量太大会被庄家打击。同时,要封锁跟庄股票的消息,不要让太多的人知道,如果太多的人知道后再跟进的话,本来可以上涨的股票就变成下跌了。这就是为什么会有股票好好的在较低位置横盘,却无缘无故就开始下跌。那是因为庄家发现跟庄资金过多,一旦庄家不能容忍时,你不卖出,庄家就是不拉升,你一点办法都没有。股市永远是少数人赚钱的地方,不是大家都发财的地方。所以,股市狙击手对跟庄消息的封锁要坚决,一旦消息走漏,那就果断放弃;跟庄的仓位一定要让庄家能够接受。

当主力建仓接近完成时,会有惊心动魄的震仓,让胆小客出局,然后就



进入股票的第一波拉升。此时成交量大幅放出，主力处于统吃筹码。第一波拉升幅度一般为底部上来的0.5倍处（龙头股会更高些），此时散户与庄家的关系是真正的人和，风借火势，火借风威，轿子轿夫一起上阵。第一波拉升结束，主力与散户又会玩起猫捉老鼠的游戏，进入外和内斗阶段，主力又开始震仓，股价上蹿下跳。主力震仓的目的：一、清洗获利盘；二、高抛低吸，赚些差价；三、吸引后来跟风盘。（这一点对真正有水准的机构操盘手也是必要的，否则股价虽然上了天，却成为了高高在上的死股。）

经此次震仓洗盘后，此股就会进入真正的磅礴主升浪，会与大盘脱离，有天马行空之势。此时如散户还在马背上，也将是最得意的时刻，因为成为了真正的轿老爷。

一只股票要成为大黑马，必须满足两个条件：一是有实力资金介入，二是有让庄家以后可以顺利脱身的题材。

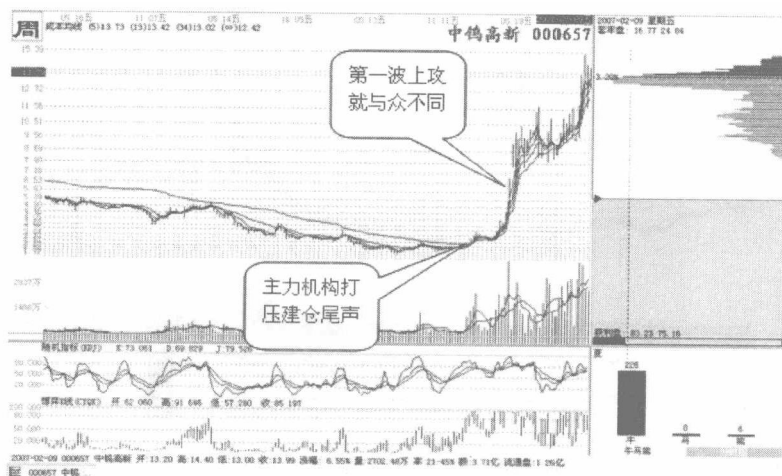
自然有其特定节奏，股市也有其生命节奏与炒作节奏。

一轮大行情启动过程中，股市的炒作也有其节奏。

这也就要求我们对不同时期主力的炒作方式有所认识，才能知己知彼。

简单地讲，人和，也要求股市中的人们心平气和，所谓平平淡淡才是真。股市中某些人老是想今天买的股票，明天就涨停；想着两三天换一只，又抓一只涨停股，那一周就赚多少，一月就多少。我可以告诉他，除非他真正鸿运当头，否则以这样的心态做股票，就像玉米田里掰玉米棒子的笨熊，当它筋疲力尽地走出股市这块玉米田的时候，还是一无所有。

案例2：



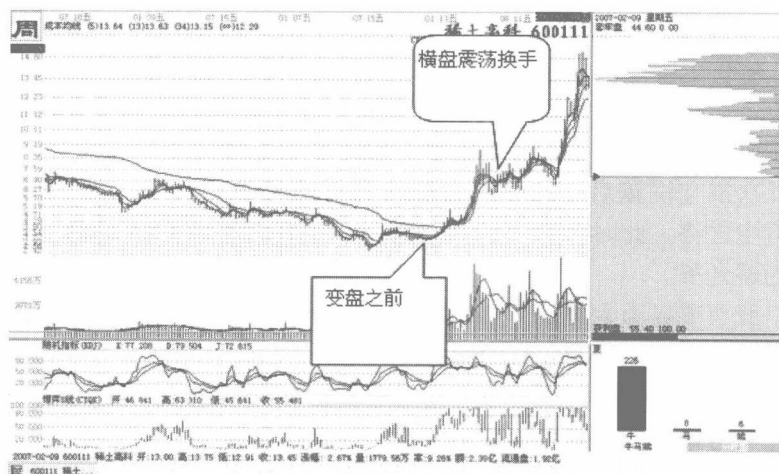
跟庄仓位：

A. 当股价趋势由下跌转为上涨的质变时可介入跟庄，跟庄仓位不能超过主力庄家的承受度；跟庄时不能一次买入，要分批慢慢地买入。



B. 同时如果资金量过大时不要用一个账户买入太多的股票，最好是分几个账户慢慢地低吸。买股票一定要慢，除非特殊情况。

案例 3：

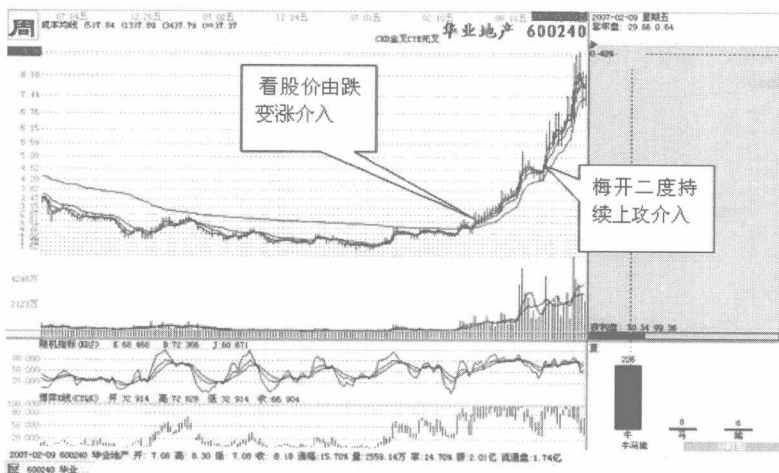


跟庄仓位：

A. 跟庄除了看准该股主力庄家是否有能力操纵股价，能否引导市场形成热点意识流外，看庄家操盘手法及其对进退涨跌节奏的把握也是同样重要的。

B. 不同的庄家操盘手有不同的操盘风格，股市狙击高手要很好地利用庄家操盘手的风格，但也不要落入庄家机构的圈套中。

案例 4：



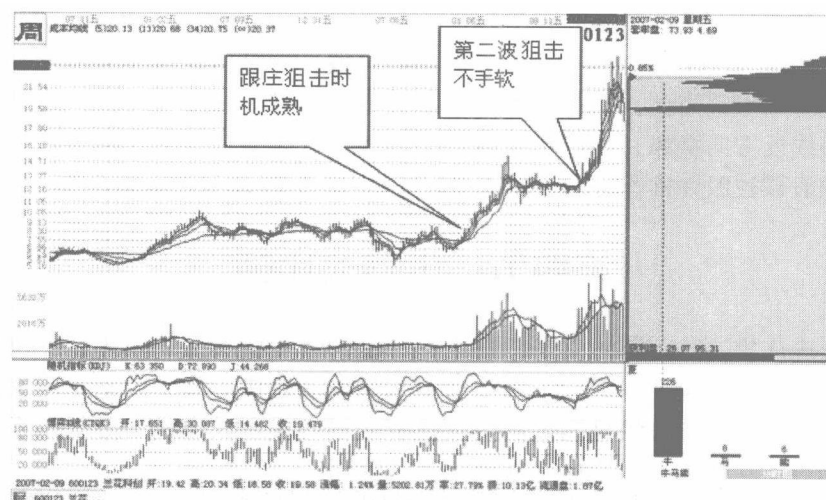
跟庄仓位：

A. 跟庄股票的选择主要看主力机构的坐庄理念是不是跟上时代的发展变化，对上市公司主营发生变化并且业绩开始增长的股票要重点关注。



B. 对于波段长庄运作的庄家，控制好跟庄仓位，把握好股市狙击时机，进退有度地保持股市的相对平衡。

案例 5：

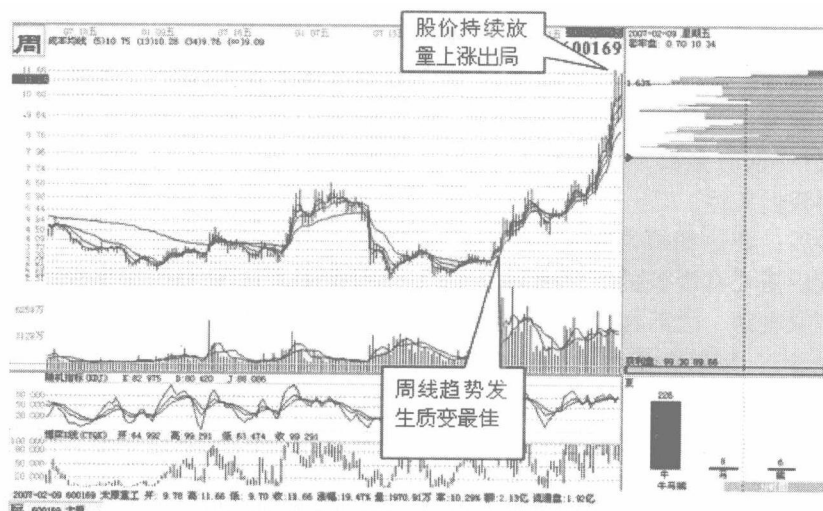


跟庄仓位：

A. 一个成熟的股市狙击手，在进行股市狙击时总是只抓准一个较大波段的机会，放弃小的诱惑，这才是真正的股市狙击高手。

B. 真正的股市狙击高手也要考虑庄家的利益，控制跟庄信息，让庄家坐庄成功。如果庄家坐庄失败，那么，股市狙击手再高明也只会是跟坐庄失败一样的结果，所以不要干损人不利己的事。

案例 6：



跟庄仓位：

A. 跟庄的庄股周线趋势发生由下跌转为上涨趋势时，是最佳的狙击时机。此时介入可以享受一个中级上涨行情的回报，但不可跟庄仓位过重，在股价持续放量上涨时要逐步清仓卖出。

B. 为什么股市短线狙击手准备跟庄的个股，一旦出现有股评推荐时就要放弃呢？原因很简单：再有实力的庄家也不会容忍太多的人跟庄，所以庄家只好短线反方向操纵，将股价先打下去再说。所以一旦遇到这种情况，自己看好的股票被股评推荐时，上策是最好先撤出来，重新等待其他机会。

第四节 牛熊大比拼

领先庄家一步，必能立于不败之地。所谓领先庄家，即在进货、出货各个方面都先一步走在庄家的前面。这不是传统的跟庄办法，而是要庄家跟着走。领先庄家一步虽然可能提高一点投资的机会成本，但最大好处是在与庄家的周旋中获得主动，这样一来就大大地降低了投资的风险。但领先庄家一步，要求必须了解和把握庄家的心态，同时比庄家更有远见。这对投资者的智慧和能力都会有很高的要求。

要领先庄家，首先必须了解和认识各路庄家的心理。从券商机构到私募基金及个人，对坐庄的对象和目标都有不同的喜好，牛市中受宠的目标与熊市里炒作的对象也各不相同。研究和把握了庄家的心理，再结合市场的具体情况，我们就能比较准确地判断出庄家将要选择的目标。

其次，对于庄家有可能介入的股票，必须作长期深入的研究和跟踪。一只股票在成为庄家的候选目标后，庄家具体何时进行操作也是需要选择的问题。比如历史上长虹和海尔，在被成功挖掘前经历了长时间的低迷。庄家也许在选择介入的时机，也许正在进行资金和其他方面的准备，甚至可能已经在默默吸纳。我们不能因为其长期表现得死水一潭而彻底放弃。有一句股市俗话说：“横有多长，竖有多高”。越是长期底部横盘不动或持续阴跌的股票，越值得我们关注。

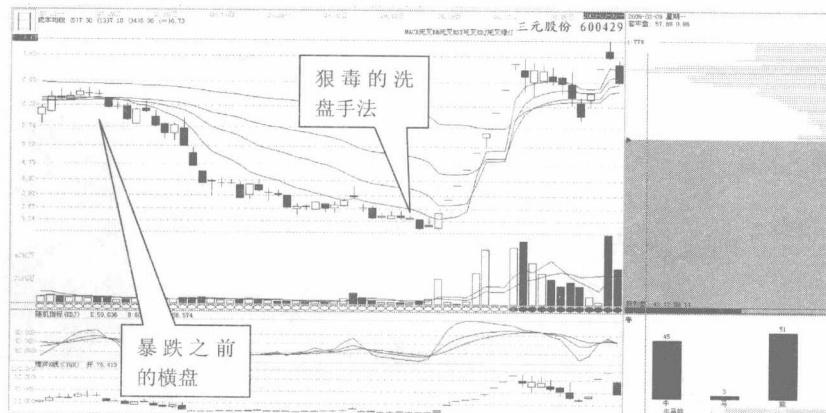
最后，要达到领先庄家的目的，选择介入和退出的时机也相当重要。庄家选股后需要有漫长的吸货和洗筹过程。领先庄家一步的最高境界，就是领先于庄家吸筹，之后在庄家吸货接近完成时全部交货给庄家（即率先帮助其打压洗盘）；随后在即将拉升时抢先动手，最后先行一步出货。这样理想的过程是很难实现的，但深入的研究和跟踪有助于我们不断接近这一目标。当然，还有一种以静制动的高超境界：领先于庄家进场，回家休息调养，最后领先于庄家出场。或者，采用看似更加平淡无奇的手法：与庄家同时进场，休息，最后与庄家同时出场。必须指出的是，所谓领先庄家，未必要每一步都领先，



关键在于先于庄家进轿，并让庄家来抬轿，而不是相反。领先庄家一步：领先进场，领先出货。我们认为，领先庄家一步的思路和技巧，是每个有志于“剑啸股林”的投资者必须掌握的重要投资技巧。

一、狠毒的庄家

案例：

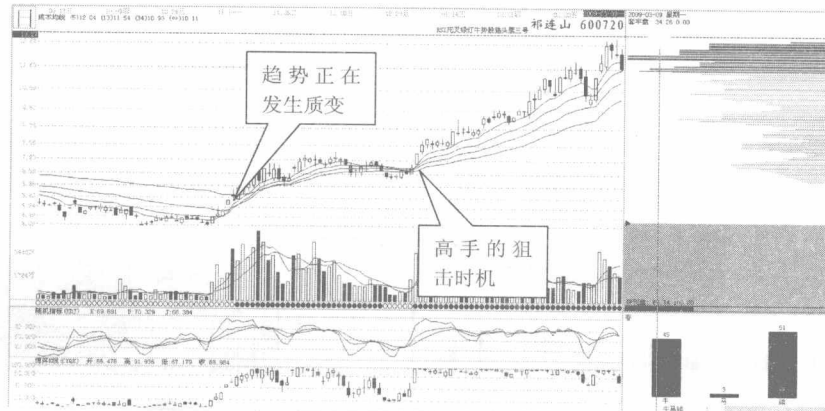


坐庄与跟庄：

- A. 熊股不碰是股市狙击手的原则。但是超级黑马股有时候又是大熊市过后产生的，对于这种股票的狙击一定要等到其狠毒洗盘之后再考虑。
- B. 熊股经过狠毒洗盘之后才有可能由熊转牛。

二、可跟之庄

案例：



坐庄与跟庄：

- A. 可跟之庄与不可跟之庄是有区别的。如果说专门寻找庄股的话，中国

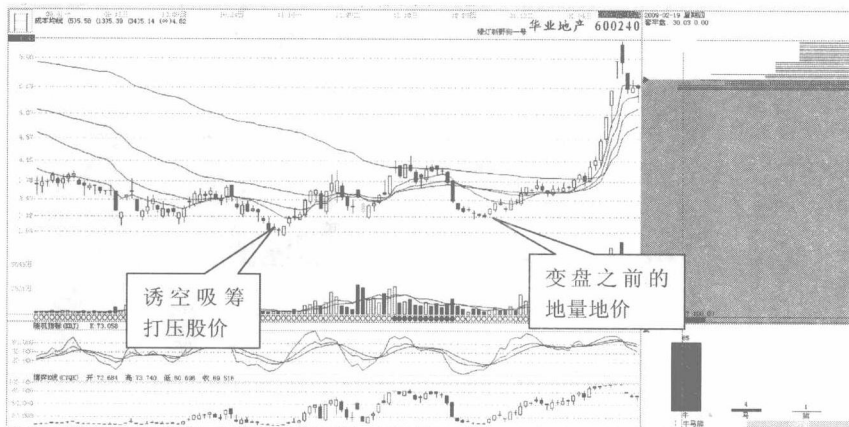


证券市场上大部分个股都有主力庄家介入。

B. 可跟庄股与不可跟庄股的最大区别是该股有多少业绩、题材、核心竞争力、成长性等来支持主力坐庄成功；主力有没有这个实力，市场能否形成意识流，吸引大家的资金都流向这里；等等。

三、诱空打压股价的庄家

案例 1：

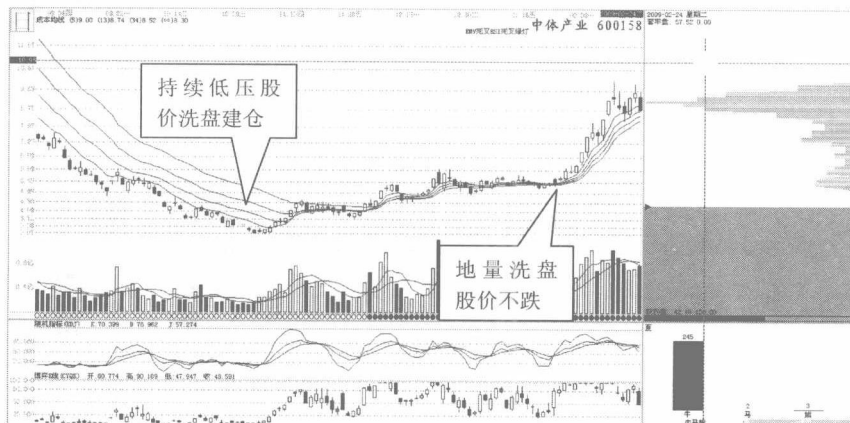


坐庄与跟庄：

A. 有时主力利用诱空打压吸筹，长期压低股价洗盘式建仓是狠毒的。但这正是艺高人胆大的股市狙击高手重点关注的对象，然后耐心等待其变盘上攻之前的地量地价的最佳短线狙击机会。

B. 一旦判断准确主力庄家是洗盘的话，那么，变盘之前的狙击之后就是中长线持有，耐心等待丰厚的投资回报。

案例 2：



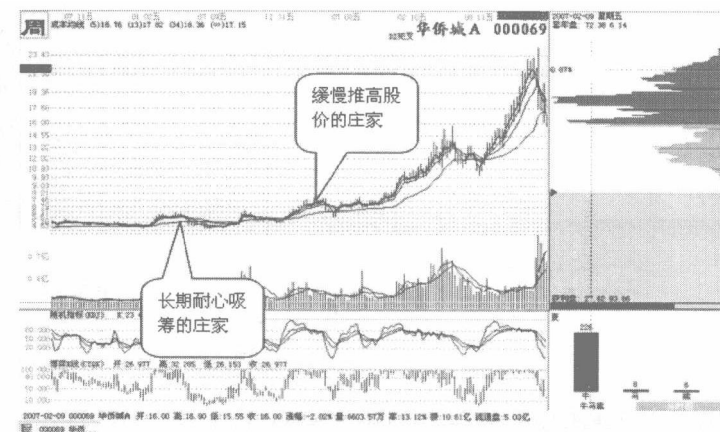
坐庄与跟庄：

A. 股市的机会总是留给有准备的高手的。对黑马股的长期打压洗盘式建仓要重点关注，一旦到地量地价的最后洗盘股价不跌时，就是主力庄家送来的好机会。

B. 紧盯自己深度研究过的黑马股，当大家都认为是坏事或坏消息时，对于股市狙击高手来说总是好事或好机会。

四、最有耐心的庄家

案例 1：

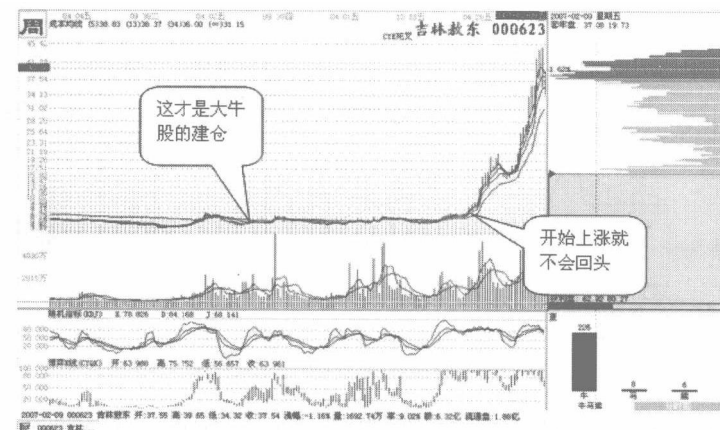


坐庄与跟庄：

A. 只有经过长期耐心建仓吸筹，才有主力机构坐庄成功的可能。

B. 稳步震荡推高股价，可以不断地提高个人投资者的跟庄成本。这是超级大黑马股产生的前兆。

案例 2：



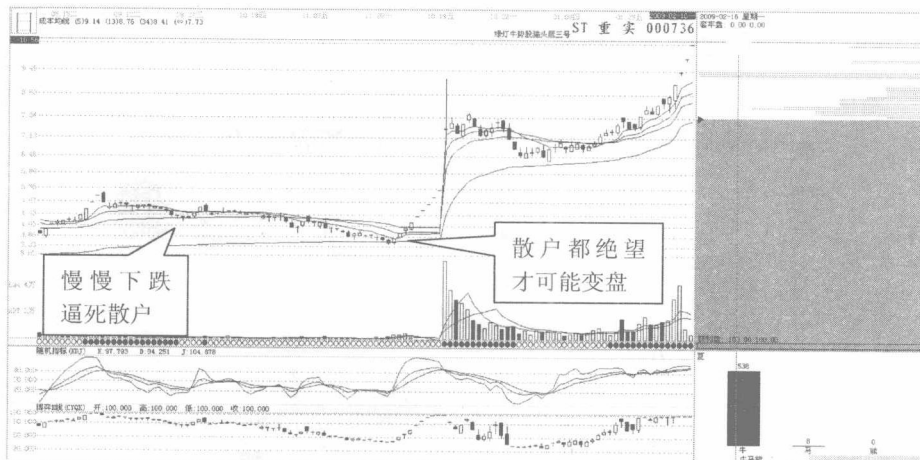
坐庄与跟庄:

A. 超级大牛股的建仓是长期的, 有准备的, 也是有耐心的。

B. 用“横起来多长, 竖起来多高”来形容超级大牛股一点也不为过。

五、逼死散户出局的庄家

案例 1:

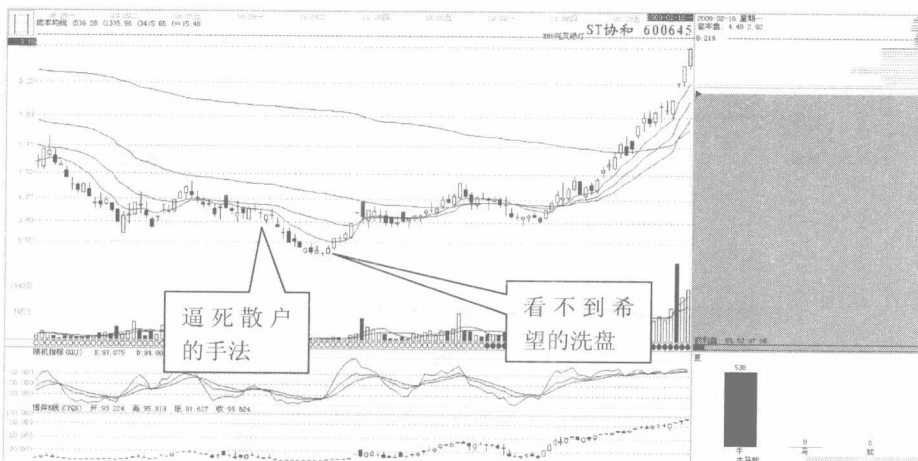


坐庄与跟庄:

A. 这是典型的逼死散户出局式的建仓模式。

B. 散户都绝望了才有可能变盘。证券市场是一个专业化程度很高的行业, 业余的个人投资者只能是被“边缘化”。

案例 2:



坐庄与跟庄:

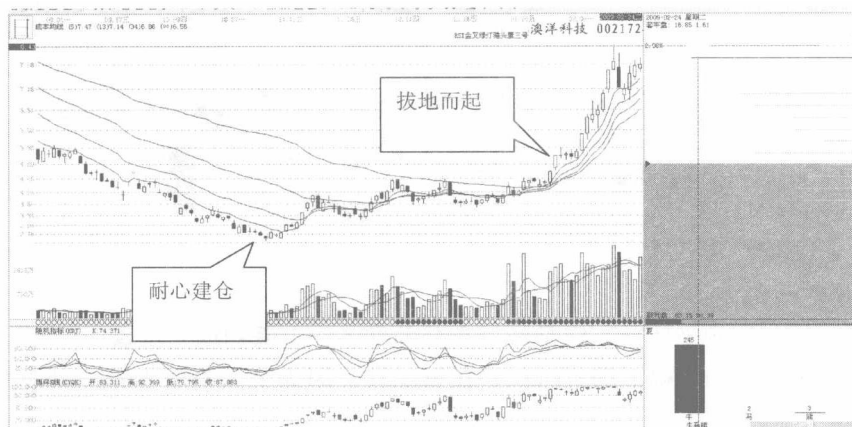


A. 证券市场是一个专家理财的市场，专家水平不高就很难生存。散户最好是远离这个市场，或者是找真正高水平的专家。

B. 不要说个人投资者，就是水平不高、多如牛毛的假专家，面对这种逼空式的洗盘，自杀的心都有。

六、细看庄家如何出招

案例 1：

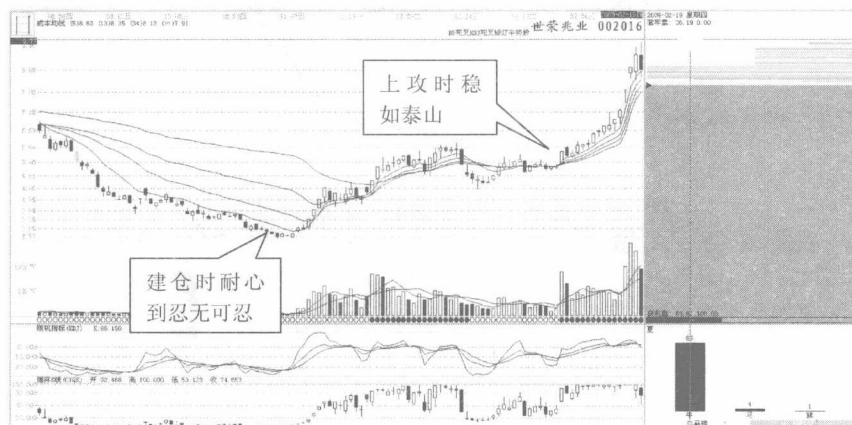


坐庄与跟庄：

A. 真正的超级黑马股庄家建仓时是极有耐心的。

B. 只要时机成熟，黑马股就会拔地而起。

案例 2：



坐庄与跟庄：

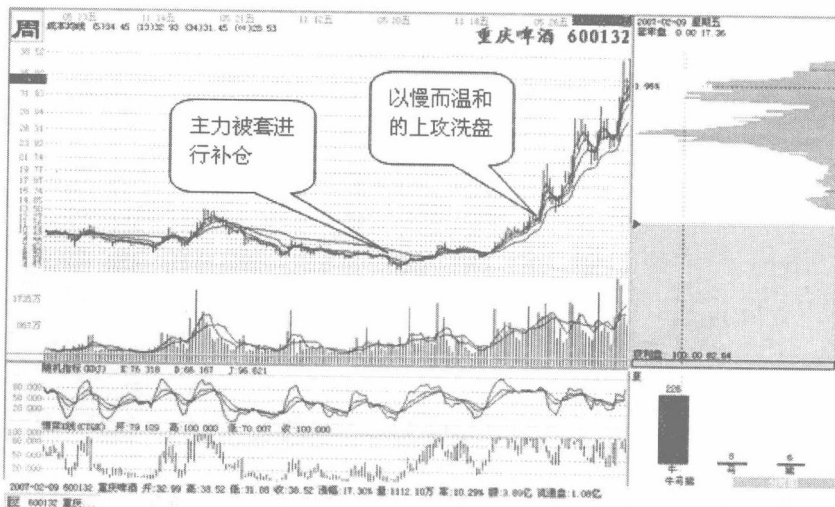
A. 这是上市公司有准备的坐庄，可以说是蓄谋已久。

B. 超级大黑马股上涨初期总是很慢，把在底部跟进的个人投资者洗盘出局。



[illegible]

案例 4:

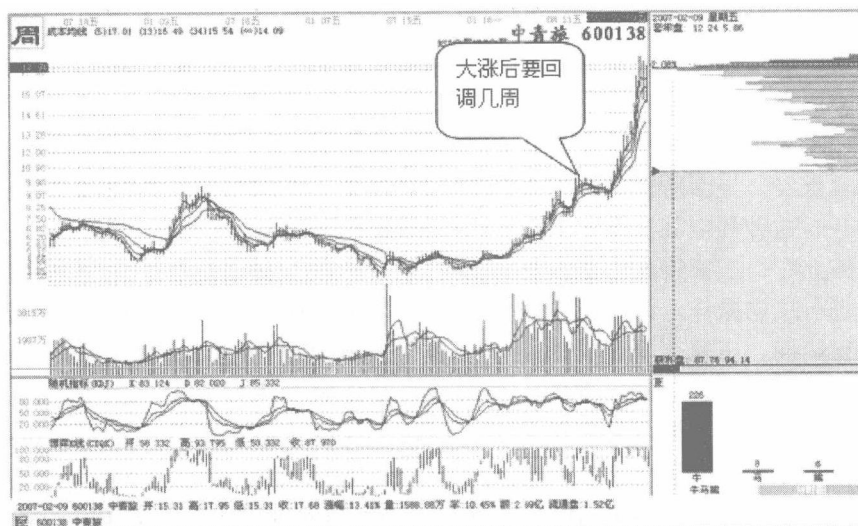


B. 2002 年该上市公司找过笔者，想让笔者帮其解套出局。笔者认为当时时机不成熟，建议其进行补仓等待时机。后来该上市公司还真就是这么干的。



这是一个耐心而成功的自救式坐庄。

案例 5：



坐庄与跟庄：

A. 对于用涨停板扫货的股票，其黑马股特质是清楚的。如果上涨之前没有介入的话，短线再追涨则没有必要，因短线再向上空间不大，弄不好会被短线套上。

B. 追已经大幅上涨的股票不是股市狙击高手所为，耐心等几周过后该股回调到位缩量止跌企稳后再进行短线狙击，才是高手所为。股市普通投资者经常犯的错误就是对短线涨幅过大的强势黑马进行短线追涨，结果是长线选对了股票，因为追涨冲动，短线被套上。这都是一大部分不懂股票实战的家伙写一些错误的书误导投资者的结果。

七、再看庄家

庄家行动不便是人所共知的，因此在选股上自然会按照上面的思路去考虑。因此，我们在日常投资中，目光可能要投向那些看上去似乎默默无闻的平庸之辈，在闲暇时对其仔细分析一下——他为什么会表现平庸？发展过程中遇到的主要症结是什么？有什么办法加以解决？一旦寻找到有关线索，随即就要开展追踪研究。

由于庄家固有因素的限制和制约，庄家的选股思路存在一定的误区，这一点我们也必须加以注意。其最突出表现就是，一些潜质很好、各方面都没有明显问题的股票长期处于无庄照料的阶段，股价表现非常不理想。例如 1996 年前的四川长虹和青岛海尔。这些股票，虽然说是中国股市比较难得的



中长线投资品种，但其短期收益往往还赶不上大盘的走势。要克服这种问题，一是要等待国内股市的逐渐成熟，二是必须寻找合适的介入时机。市场上经常出现的一种情况是，一旦这类公司突如其来公布了利空，造成股价的恐慌性抛售，随后出现底部放量的情况，那就是庄家开始动手的时机。这也是我们的较好介入点。

庄家入场，是一件非常重大的事件，其影响非同小可。因此时机的选择就非常重要。上面所说的出现突发性利空就是一个时机。从国内股市的情况看，有时这种利空甚至是庄家与上市公司联手制造的。其他的时机也有许多。从总体上看，庄家进场多数是在下跌的最后阶段，利用市场的绝望和恐慌情绪来进行反向操作。而出货派发的时机，则多数选择在市场热情最为高涨的牛市狂热期。庄家入场的方式各有不同。从操作手法方面讲有拉高进货的，有打压进货的。近年来出现的一种新趋势是庄家利用配股主承销商之便，悉数吃进投资者不愿配或漏配的部分，轻松完成低价筹码的收集；当然也可能是配股承销商因包销而被迫坐庄。庄家手法的发展趋势是更趋隐蔽更趋复杂。

真正的剑客从不畏惧与高手对垒，“不想当元帅的士兵不是好士兵”。既然投身到股市中来，每个投资者都是希望在市场搏击中占据先机，获得大胜。然而，股市风云变幻无常，加上资本大鳄横行残酷无情，多数投资者的投资活动往往亏损累累。这时候，投资者是多么希望自己手中有一把倚天宝剑，能够拨开迷雾，刺中市场的要害啊！其实，在前面几节中我们已经介绍了市场主力庄家的种种特征和“死穴”，凭借我们所掌握的这些“秘诀”，庄家再狡猾也难逃致命的一击。我们将从分析庄家的活动本质出发，寻求其心理特征和运行规律，真正做到领先一步，让庄家成为我们的“抬轿者”，把自己训练成股市狙击高手，逍遥自如地狙击能成为超级大黑马的庄家股。



第六章 金融心理学

第一节 金融心理战

一、金融心理学

股市投资者可以更多地关注基本面的预测。然而，事实是那些真的按照基本面投资的人常常很难跑赢大盘。

凯恩斯发现：从社会观点看，要使投资高明，只有战胜时间和无知之神秘力量，增加我们对未来的了解；但从私人观点，所谓最高明的投资，是先发制人，智夺先机，把坏东西让给别人。

很显然，凯恩斯认为股票市场是缺乏远见和非理性的，而且，与“时间和无知之神秘力量”的斗争远远难于“领先一步”。在他自己的股票操作中，他将经济学放在次要地位，而将主要精力集中于心理学。

根本就不存在所谓证券价值的最终答案这种东西，一打专家可能有 12 个不同的结论。如果过了一会儿，条件稍有变化，再给他们一次机会的话，他们立刻就会改变自己的预测。市场价值与资产负债和损益表仅有部分关系。市场价值主要由以下因素决定：人性的希望与恐惧、贪婪、野心，上帝的行动，天气，新的发现，时尚和其他无数的、不可能毫无遗漏地一一罗列出来的东西。

市场常常是非理性的。

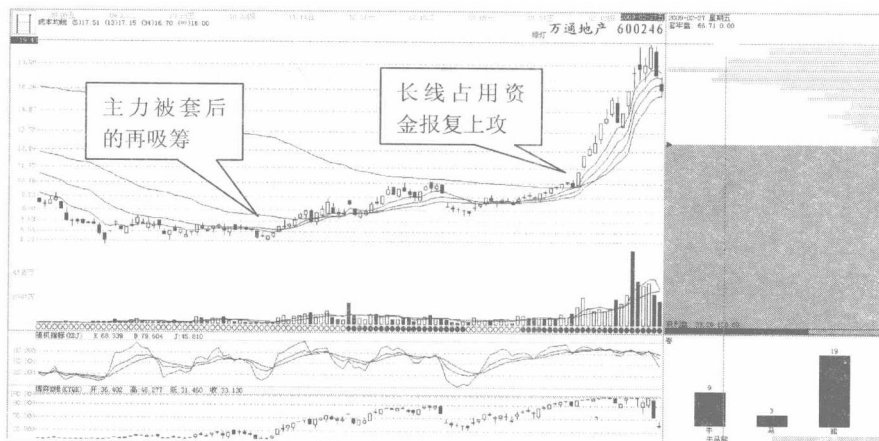
股票价格并不仅仅反应供求关系，它还包括心理因素。

现在，让我们总结时间和无知之神秘力量的几项基本原理。



1. 市场走在前面

案例：



心理战：

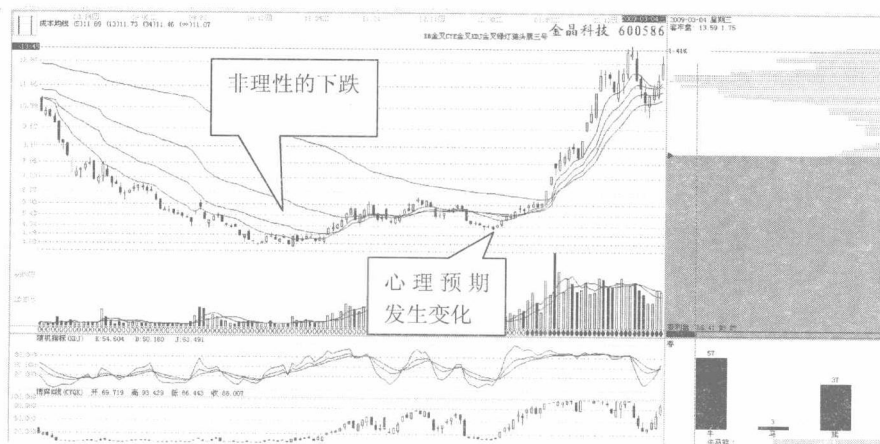
A. 股票的价格是由机构引导大众认同的心理预期价位。

B. 长线牛股不会只作一波行情，但是试盘后缩理洗盘时介入是最安全的；上涨至一个平台后有较长时间的横盘整理、震荡换手后，在其最后一洗时介入也是可行的。

2. 市场是非理性的

市场可能对事件反应非常快，但这同样是主观的、感情的，并且被狂想所控制，这种狂想又被变换的趋势所左右。有时候，价格与投资者的经济情况和利率同步波动，在大众的疯狂和冷漠中摇摆不定，而不是由证券价值决定。每个投资者都试图理性，但实际上却表现为非理性行为。

案例：



心理战：

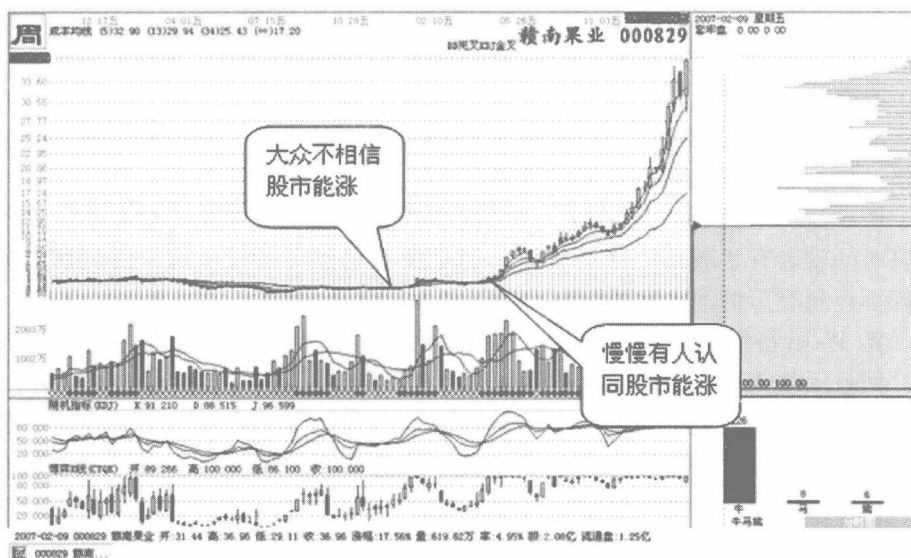
A. 股市总是在非理性中运动，非理性的下跌总带来机遇，但是一定要等时机成熟。

B. 只有市场的心理预期发生根本变化，股价趋势才会由量变到质变。

3. 环境是混沌的

宏观经济预测通常不太精确，对投资无多大帮助。尤其明显的是，经济间相互关系常常受到小的、但非常关键的细节影响，这种细节可能会改变一切，但无人可以预测到或猜测到。更糟糕的是，上述原理同样适用于金融市场。这条原理是：图形是自我实现的。

案例：



心理战：

A. 股市机遇来临初期，大众都不会相信股市能上涨。

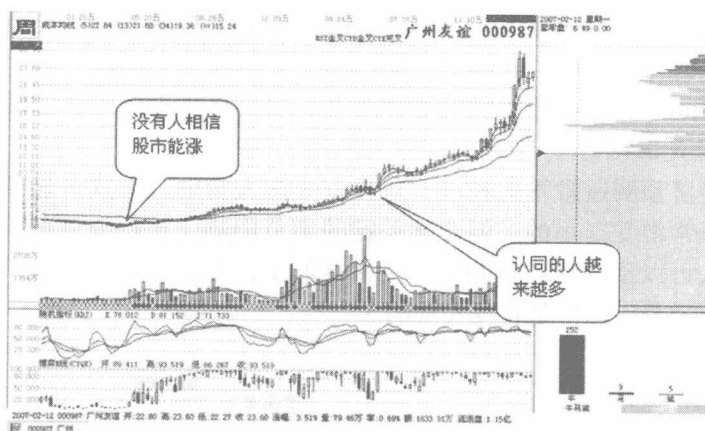
B. 等到股市开始上涨时才会有少数人慢慢相信股市能上涨；当认同股市能上涨的人越来越多时，股价就会不断创出新高。

4. 图形是自我实现的

国际上绝大多数商品是通过证券交易所完成交易的，价格取决于那些根本就不需要这些商品的投机商的投机活动。



案例：



心理战：

A. 股市上涨初期大家都不相信，但随着股价的不断上涨，股市赚钱效应传播，认同股市能上涨的人越来越多。

B. 当股市上涨到一定阶段，关于股市能否持续上涨的争议就有了，再涨一段时间就会有股市泡沫的言论；但是股市仍然会持续上涨，涨到所有的人都不再想股市的泡沫和风险时，股市的风险才会来临。

W. P. 哈密尔顿说：无论自觉还是不自觉，市场价格的变化不仅反映过去，而且反映未来。将要发生的事情投下他们的影子，照在纽约证券交易所。

在股票市场泡过一段时间的人都注意到，那些预测市场的人，包括分析师、经济学家、投资咨询人员和记者等，总是在新闻发生之后无可奈何地分析该事件的影响，而市场早已对此做出反应。换句话说，市场走在新闻之前。

笔者曾这样描述道：

一般来说，消息不产生价格波动，而是价格波动产生消息，这无论在巴黎、伦敦还是纽约都一样。一天的交易结束后，每个人都在为当天的价格变化或者趋势反转寻找借口，而这些借口是他两小时前怎么也想不到的。还有另外一个明显的解释，当市场走在新闻之前时，这仅仅说明一个事实：市场提前反映经济。

事实上，如果不是人为操纵，商人们几乎可以完全利用股票市场作为经济活动的晴雨表，而让这个大市场的管理者承担搜集必要的数据以确定基本条件的一切费用。

货币是一切经济活动的基础，因此在所有指标中是最灵敏的。

“突然间，全社会的注意力都被某个玩意儿吸引过去，疯狂地追逐它。亿万人同时被一个梦幻迷住，直到他们的注意力被一个新的、比先前那个更有

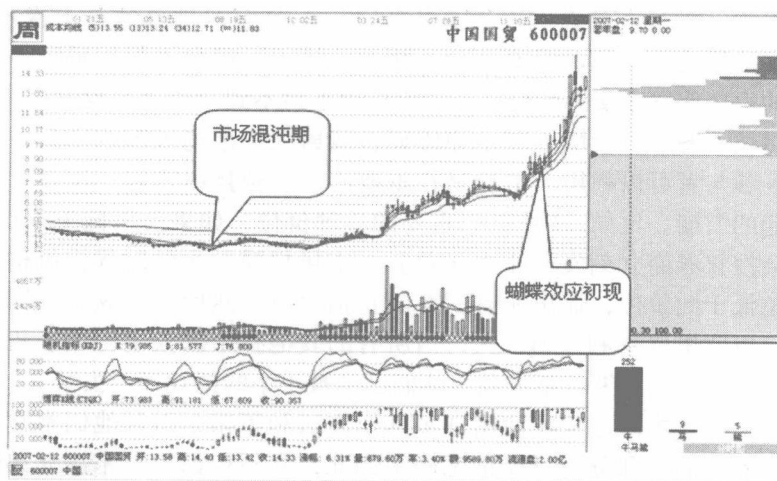


幻想力的玩意儿吸引过去。”

5. 混沌支配

蝴蝶效应：巴西的一只蝴蝶扇动翅膀，都可能是德克萨斯州飓风的诱因。用金融术语描述这段话就是：布鲁塞尔的一个老妪卖掉一些国债，都有可能引发日本的崩盘！看来这种关系不仅对复杂系统适用，蝴蝶效应也应该出现在不稳定的简单非线性模型中。

案例：



心理战：

A. 市场混沌时期，大家都不相信股市机遇，但是随着股市的上涨，人们开始心动。

B. 蝴蝶效应在股市最明显的体现：随着追逐利益的人越来越多，进入股市追涨的人疯狂地增加，呈现出倍数效果。

蝴蝶效应是一个复杂数学现象的一个细节，这个现象自发现蝴蝶效应后被称为“确定性混沌”。一个可以用确定性混沌来刻画的过程，它是由完全确定性系统产生的，但按照标准的时间序列方法又表现为随机的。股市的蝴蝶效应太常见了。例如美国加息，美国股市下跌，引发香港加息，香港股市下跌；于是中国的投资者担心国内也加息，于是中国股市也跟着下跌。这就是股市的蝴蝶效应。

混沌的产生主要与自我强化现象有关。设想在一个系统中，事件 A 导致事件 B，事件 B 导致事件 C，如果事件 C 最终又导致事件 A，这就是一个非常简单的正反馈。

6. 技术图形自我实现与自我毁灭的图形信号

设想市场由 1000 位实力雄厚的投资者组成，其中 900 位是思维同步的技



术派,剩下的100位是基本派人物。所有的人都是多头,大家都想买进,市场稳步走高。但是到了某个价位,比如前期高点,所有900位技术派人士都想出局,也就是卖出。当图形接近这个价位时,这900位技术派中越来越多的人不再买进,剩下100位可怜的基本派还在苦苦挣扎。最后当到达这个价位时,900张卖单同时抛出,价格直落千丈。由于缺乏买单,许多卖单只能在比他们想要卖的价格低得多的价位才能成交。

过了一段时间,市场重拾升势。这次,那100位基本派人士记住了上次的教训,他们决定当达到上次头部价位时退出观望。所有的1000位投资者都成了技术派,所有人都在同一点开始行动。但是有两件事情与上次不一样:第一,在接近这个价位时没有任何人想买;第二,很多人都想早溜一步,以便他们的卖单能够成交。因此,这个价位永远达不到,图形自我毁灭。

有时技术图形也会因为其他原因而自我毁灭。市场规模较小时,一家或数家市场参与者可以利用大笔交易在重要心理价位操纵市场,诱发有限止损卖单引起的雪崩。比如,160是个重要的心理价位,如果价格低于160,很多投资者会授权券商立刻发出止损卖单。当市场规模较小的时候,机构或大户迫使价位低于此价位,逼出所有的有限止损卖单,然后再操纵市场回到此价位之上,以此牟取暴利。第二天,当所有的其他技术派人士开始上班时,市场已经达到他们的预期价格,只是他们已经被小小的把戏请出去了。

实际上,技术派通常还使用许多其他方法和策略,而且他们常常只占市场参与者有限的一部分。只要情况确实如此,互不相识的技术派兄弟依然可以猜测彼此的想法,共同控制市场,形成各种美妙的模式和图形。第一次图形都将继续演化,等到所有的人都看出时,图形将失效。与此同时,新的技术派兄弟又将探寻新的图形变化。

心理学主要研究人们的思想和感情,当然也包括我们的大脑是如何处理事情的。这个问题很有意义。加雷诺给我们展示了他在公元170年进行的大脑解剖实验。阿维森纳沿着这条思路进一步研究,在1020年他提出大脑有不同的机能,执行5个不同的过程:共同感觉、想象、思考、估计和记忆。

心理指标也与转势密切相关。

像每一个精彩的恐怖故事一样,金融市场中也有怪物隐藏其中。这个怪物很少公开露面,相反,它隐藏在市场平静的表面之下,深深地扎根海底,埋藏在泥土中。这个怪物静静地躺在那里,观察,等待,忍受寂寞。

虽然没有人敢有把握地说,他们真正了解这个怪物,但是大多数人还是知道这个家伙的存在。因为,和其他所有怪物一样,它不时从黑暗中蹿出来,捕食猎物。它有时捡到一些美味珍品,比如一个指头、一条胳膊什么的。有时它的胃口特别大,将整个猎物一口吞下,让逃生者恐惧颤抖。还有的时候,它完全地疯狂起来,在其身后留下难以置信的大屠杀痕迹。它愤怒地咆哮着,



将其猎物撕得粉碎，狂暴放肆地将其尸骨抛撒，让任何人都毫不怀疑地承认只有它才是金融市场的统治者。

这样的大屠杀就出现在1987年10月19日的美国股市。

二、金融眩晕

崩盘时的心理现象：

心理理论。强烈的威胁产生身体反应，反过来又强化了持续的恐慌。这可能出现在价格大幅下挫期间，因为崩盘时的恐慌导致个人态度的迅速转变。

社会比较。当我们对某一个事物难以理解时，我们使用别人的行为作为自己的信息来源。群体性恐慌发生了别人对于市场和经济看法的非常明确的信号，这可能会影响我们。

框定。我们的决策容易受到外界输入信息的影响，如果这种输入看起来像是正确答案的话。如果输入的信息是价格正在迅速下降，我们很可能得出下述结论：经济正在或即将以股票市场同样的方式崩溃。

事后聪明偏见。我们过高地估计了从过去的事件预计未来的可能性。我们认为自己可以预计到崩盘，这使得我们更急于修正自己的错误。

做股票赚钱很容易。你唯一要做的是价格低时买进；然后一旦价格上升，卖出股票，落袋为安。

——马克·吐温

不要赌博，拿出你所有的积蓄，买一些好股票，守住它，直到它上涨。如果它不涨，不要卖它。

——威尔·罗杰斯

上涨趋势市，平衡市，转折市和崩盘市。

狂妄，报应和一无所有。

最后，当讨论风险暴露问题时，我们不要忘记生命的时间因素。历史已经证明，很多极端成功的高手，在连续保持多年的不败纪录后，突然间亏得血本无归。

当跌破成交密集区时止损。如果价格“有效地”跌破了以前形成的重要的成交密集区，执行止损命令（无论你是获利还是亏损都使用“止损”这个词）。

前期趋势越强，反转的形态越厉害，则反转后的趋势也越强烈。

因此，我们必须找大趋势。如果我们在一个非常大的趋势中观察到一个小小的头肩顶，我们应该置之不理，坚守长线投资。

第一项原理：市场走在前面。一个好的投机商应该能够预测到人们会把手中的钱投向何方。



第二项原理：市场是非理性的。突然间，全社会的注意力都被某个玩意儿吸引过去，疯狂地追逐它，亿万人同时被一个梦幻迷住，对此紧追不舍，直到他们的注意力被一个新的、比先前那个更有幻想力的玩意儿吸引过去。

这个市场根本就没有什么理性可言，涨一定要涨过头，跌一定要跌得惨。

一个公认的事实是，人们的思维喜欢合群；他们会集体发疯；但醒悟过来时却慢得多，一个接着一个。

任何一个人，作为个体来看，都是足够理智和通情达理的；但是，如果他作为群体中的一员，立刻就成为白痴一个。

第三项原理：混沌支配。非线性科学在金融领域广泛应用。

第四项原理：图形是自我实现的。如果许多人使用同样的图形系统，他们可能从中获利，而无论这些图形的含义是什么。所有的人都是同样的技术分析，那他的效果就不是自我实现，而是自我毁灭。

技术面分析与基本面分析有点水火不相容的味道，但被公认为技术分析开山鼻祖的却是大经济学家凯恩斯。他的投资行为是根据市场参与者的心理分析进行的，他利用这种方法获得了丰厚的利润。

作为职业投资者，好像是玩“叫停”（gameofsnap）、“递物”（oldmaid）、“占位”（musicchair）等游戏，是一种消遣。谁能不先不说出“停”字，谁就能在游戏终了以前把东西递给邻座；谁能在音乐终了时占到一个座位，谁就是胜利者。这类游戏，可以玩得津津有味，虽然每个参加者都知道东西总在传来传去，音乐终了时总有若干人占不到座位。

“君子求诸己，小人求诸人。”

只有经历过股市洗礼的人才能体会这段话的良苦用心。

沪深股市最大的特点在于：股价涨不涨，关键看主力机构庄家炒不炒。

庄家什么时候最有炒作激情？

庄家在廉价筹码吃了一肚子货时最有激情。因此，散户跟庄炒股如能准确判断庄家的持仓情况，盯牢一只建仓完毕的庄股，在其即将拉升时介入，必将收获一份财富增值裂变的惊喜。这里面的关键是如何发现庄家已吃饱喝足。我多年的看盘体会是，具备下述特征之一，就可初步判断庄家建仓已进入尾声：

其一，放很小的量就能拉出长阳或封死涨停的次新股。新股上市后，相中新股的庄家进场吸货。经过一段时间收集，如果庄家用很少的资金就能轻松地拉出涨停，那就说明庄家筹码收集工作已近尾声，具备了控盘能力，可以随心所欲地控制盘面。

其二，K线走势我行我素，不理睬大盘走出独立行情的股票。有的股票，大盘涨它不涨，大盘跌它不跌。这种情况通常表明大部分筹码已落入庄家囊中。当大势向下，有浮筹砸盘，庄家便把筹码托住，封死下跌空间，以防廉



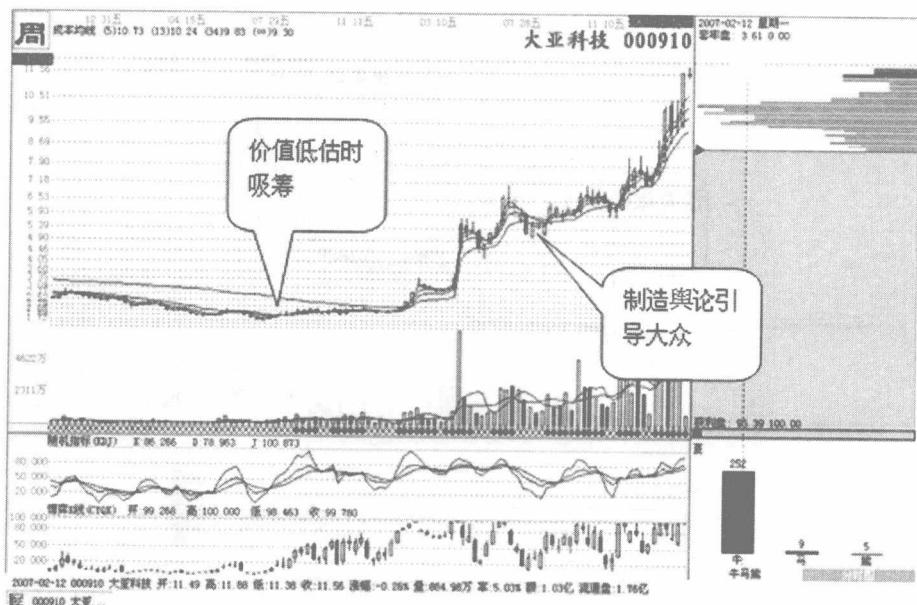
价筹码被抢去。大势向上或企稳，有游资抢盘，但庄家由于种种原因此时仍不想发动行情，于是便有凶狠的砸盘出现，封住股价的上涨空间，不让短线热钱打乱炒作计划；股票的K线形态是横向盘整，或沿均线小幅震荡盘升。

其三，K线走势起伏不定，而分时走势图剧烈震荡，成交量极度萎缩。庄家到了收集末期，为了洗掉短线获利盘，消磨散户持股信心，使用少量筹码做图。

从日K线上看，股价起伏不定，一会儿到了浪尖，一会儿到了谷底，但股价总是冲不破箱顶也跌不破箱底。而当日分时走势图上更是大幅震荡。委买、委卖之间价格差距也非常大，有时相差几分，有时相差几毛，给人一种莫名其妙、飘忽不定的感觉。成交量也极不规则，有时几分钟才成交一笔，有时十几分钟才成交一笔；分时走势图画出横线或竖线，形成矩形，成交量也极度萎缩。上档抛压极轻，下档支撑有力，浮动筹码极少。

其四，遇利空打击，股价不跌反涨，或当天虽有小幅无量回调，但第二天便收出大阳，股价迅速恢复到原来的价位。突发性利空袭来，庄家措手不及，散户筹码可以抛了就跑，而庄家却只能兜着。于是盘面可以看到利空袭来当日，开盘后抛盘很多而接盘更多，不久抛盘减少，股价企稳。由于害怕散户捡到便宜筹码，第二日股价又被庄家早早地拉升到原来的水平。如闽福发2006年11月5日因公司受到证监会处罚，股价当日跌去近1元，次日一开盘庄家就拉升。

案例：



心理战：

A. 黑马股在价值低估时大家都没有发现，只有先知知觉、资金实力雄厚的机构去挖掘。

B. 当股价上涨一倍才会有大众认同，这是人们的从众心理。

第二节 从众心理效应

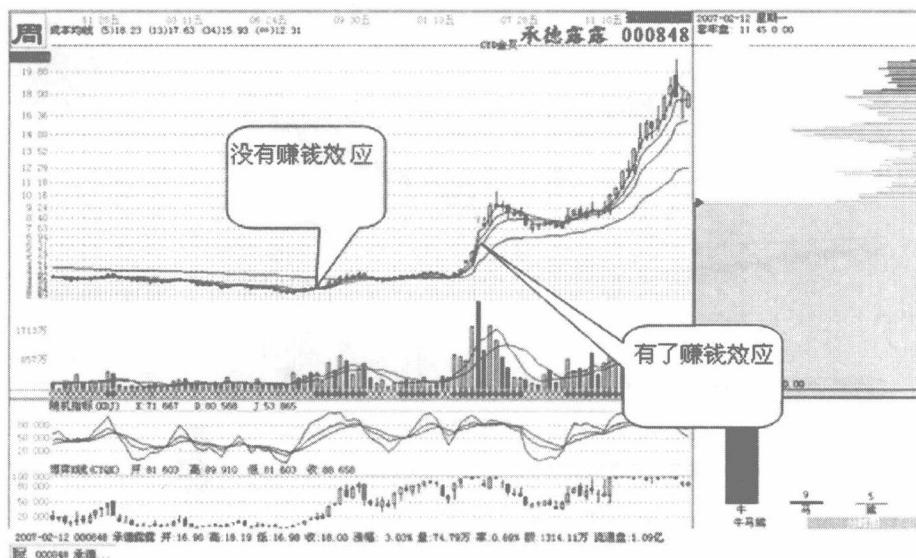
一、动机

人总是在追求，有很多不同的目标，有些是大目标，有些是小目标。我们可能由于不同的原因去追寻同一个目标，也可能由于同一个原因去追寻不同目标。动机（motivation）就是用于解释人类行为这一基本特征的概念。更具体地说，动机是行为的动力，它引发人的活动，并推动和引导人朝着特定的目标努力坚持下去。

完整的动机模型应包括哪些因素？

人的动机行为不仅会受到内部需要的“推动”，而且也会受到外部刺激的“拉动”。一个目标物除满足需要的作用之外还有着某种诱惑力，这种力量被称为诱因作用。一些目标的诱惑力很大，即使没有内部需要，它们也能激发行为。股市的动机目标是财富诱惑力，只要股市有了赚钱效应，投资者的热情就会被激发出来。

案例：



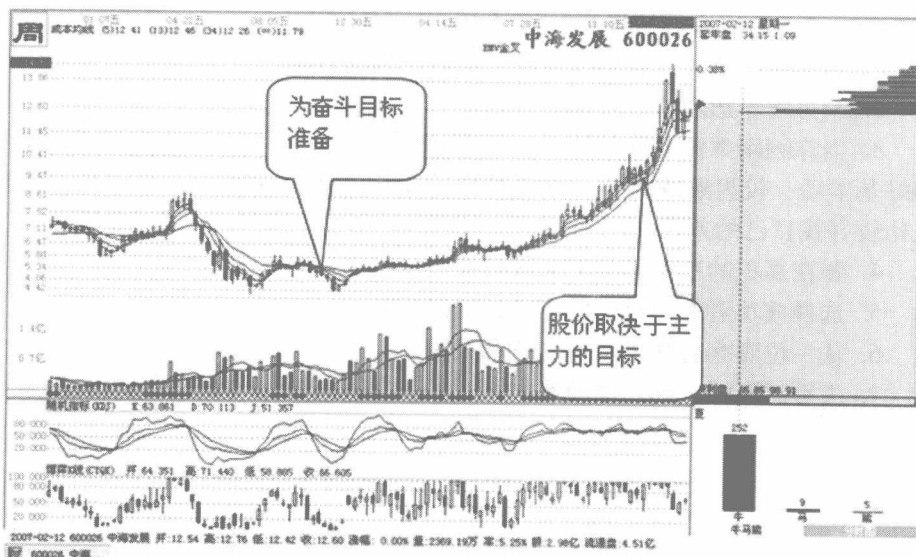
心理战：

- A. 股市没有赚钱效应时人们是没有积极性的。
- B. 当股市有了赚钱效应时，人们的投资冲动您是拦不住的。

二、获得成功的关键因素

取得非凡的成就需要哪些条件？心理学家布卢姆（Benjamin Bloom）对美国最优秀的钢琴家、雕塑家、数学家、神经病学家、奥运会游泳选手和运动员进行了一项有趣的调查。研究者发现，决定未来取得卓越成就的首要因素不是“天才”，而是“动机”和“奋斗目标”。

案例：



心理战：

- A. 主力股价运作的高低取决于主力机构的奋斗目标。
- B. 同时也考验主力机构调动市场参与的能力。

成功者的第一步，都是父母们“纯粹从乐趣出发”，让孩子接触音乐、游泳或科学思想。在开始的时候，很多孩子在技能方面表现平平。例如，一位奥运会游泳选手记得，自己在10岁时开始参加比赛，但从来没有赢过。但到了一定的年龄后，孩子们开始主动发展自己的某些能力。当父母发现孩子在某一方面进步得非常快之后，他们开始为孩子聘请专家级的指导者或教练。在获取几次成功后，孩子便每天进行长时间练习，开始专注于“一技之长”的发展，这样坚持很多年之后就真正获得了非凡的成就。

布卢姆的结论是，才能是由献身精神和勤劳培养起来的。如果家长全心



全意地支持孩子发展其独特兴趣，并要求孩子无论何时都要尽自己最大的努力去做，那么，就更有可能发挥孩子的才能。对少年天才和卓越人士的其它研究也表明，大量的练习和专家指导都是决定成功与否的关键因素。

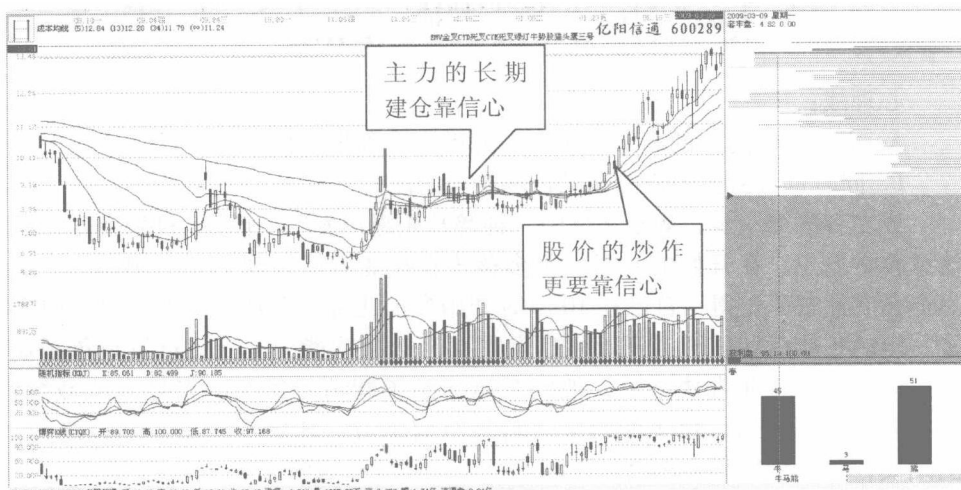
获得伟大成就的机会总是留给少数的献身者。但是，我们每个人都可以付出更多的努力，使自己在平凡中获得成功。

三、如何保持和提高自信心

自信是动机最重要的源泉之一。自信的人相信自己一定能够成功地完成任务或达到目标。自信影响着人的动机，因为它决定着你将接受什么样的挑战，你准备付出多少努力，以及在不顺利的情况下你能够坚持多长时间。采用下面的步骤可以有效地提高自信：

1. 设立明确的、具有挑战性的、可以达到的目标。
2. 制订逐步达到这一目标的计划。
3. 当你刚刚掌握某种技能时，不要想一步登天。你的目标应是通过学习练好基本功；较为熟练之后，你再把精力集中在提高水平上。可以通过与他人比较寻找自己的差距。
4. 要在真正的专家指导下掌握技能。
5. 选择成功者作为自己的榜样，加以仿效。
6. 从一位观察者那里取得支持和鼓励。
7. 失败时要认识到：原因是自己付出的努力不够，而不是因为自己缺乏努力。

案例：



心理战：

A. 心理承受能力低和心理素质低的人是无法在股市生存的。

B. 股价能涨上去是依赖信心的支撑。主力机构没有信心是不敢长线建仓的，没有信心更不敢把股价炒上去。当然，股价炒作成功的机构必须有让投资者有信心持股的题材。

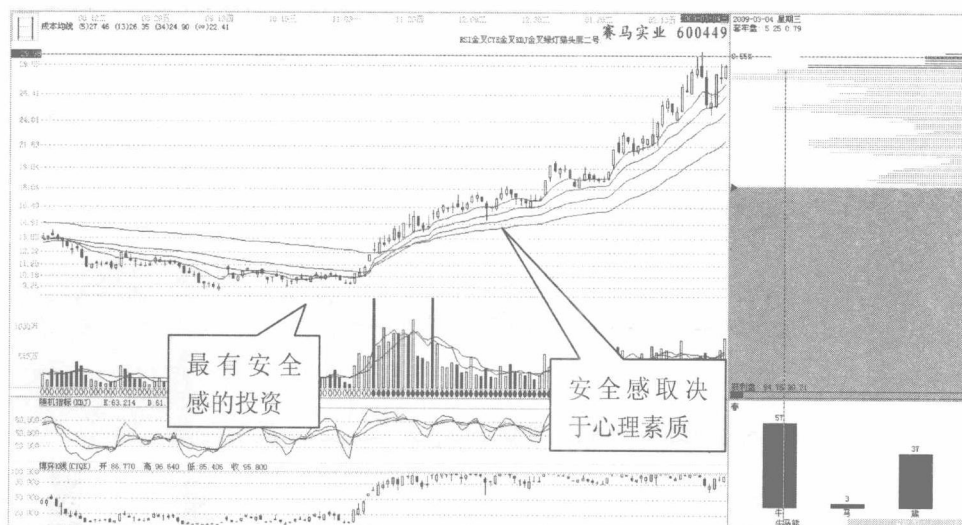
四、“需要层次”金字塔

人本主义心理学家马斯洛把“自我实现”定义为人的潜能充分发展的最高阶段。马斯洛学说的核心概念是人类的需求层次，其中越是基础的需求对人的影响力越大。只有在基本动机被满足后，才能够出现更高层次的需求。

现在，你不妨结合马斯洛所划分的层次想一想：你自己的行为受哪个层次需求的影响最大？或者说，你的大部分时间和精力用来满足哪些需求？

有一句老话说：“对于饥饿的人，食物就是上帝。”金字塔底层的生理需求是生存所必需的，所以它们的影响力最强，决定着其他高层次的需求。

案例：



心理战：

A. 在股票价值低估时买入是最有安全感的投资，此时持有心理踏踏实实。

B. 当股价上涨至较高位时，其价值的评估难度就会大增，再持有这种股票有没有安全感就完全取决于投资者的心理素质的高低。

根据马斯洛的理论，人只有在占优势的生理需求得到满足后才会表现出高层次的需求。以安全 and 安全感为例：如果社会没有基本秩序，不稳定，连



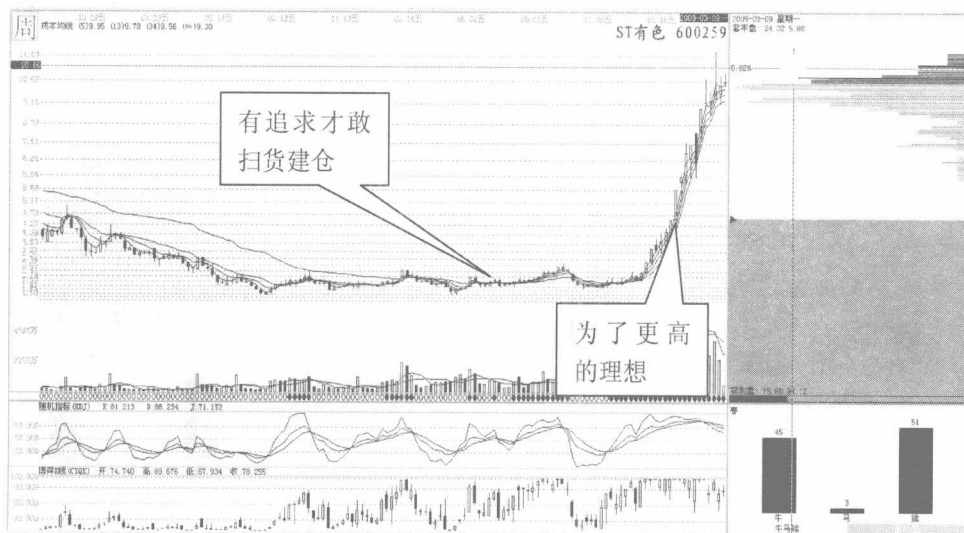
生命安全都得不到保障，那么人是不可能奢望得到别人尊重的。再如，当一个人饥渴难熬时，他不可能有兴趣去吟诗作画，或与人谈天说地。马斯洛把“生理需求”、“安全和安全感”、“爱和归属感”（包括对家庭、友谊和关怀的需求）及“得到尊重和自尊”分为4个水平的需求。由基本需求产生的行为动机被称为“缺乏性动机”，因为那些动机是由于对食物、水、安全、爱、尊重等基本需求没有得到满足而被激发出来的。

五、自我实现的需求是什么性质的需求

我们可以看到，需求层次的上部属于发展需要，即自我实现的需求。这些需求虽然生物性能量较小，但对于人类非常重要。它们不是因为“缺乏”什么而产生的，而是一种积极的、使人的生命更有价值的发展动力。

马斯洛把自我实现中具体的追求或动机称为元需求。根据他的观点，人有一种沿着需求层次的上升向元需求发展的倾向。如果一个人的生存需求得到满足后没有更高层次的追求，就会出现“衰变综合症”，最后陷入麻木、绝望和精神错乱。

案例：



心理战：

A. 没有远大理想和追求的主力机构是注定在股市没有作为的，只有有崇高的理想才能追求扫货式建仓。

B. 超级黑马股的主力机构都是有远大的理想和抱负的，股价的不断推高如果没有远大的理想支撑是做不到的。



马斯洛认为，仅仅达到不愁吃穿或小康生活的水平，还不是一种充实的能够令人心满意足的生活，更高层次的追求能够促进人的进步。研究者发现，与那些更注重个人外表及别人对自己的评价、希望自己将来能够挣大钱的学生相比，更关注社会变革和人类发展、追求自我实现的学生在考试中的平均分数更高。

马斯洛的需求层次理论并没有得到实验研究的充分证实，人们可以对他的观点提出很多疑问。例如，如何解释用绝食作为手段进行社会性抗议的行为？“追求公正”的元需求是如何战胜更基本的对食物的生理需求的？尽管有反对的观点，但这一理论对于人们理解和预测人类动机之间的各种相互作用有着很大的影响。因此，马斯洛的需求层次学说更多的是被视为一种哲学观点。

第三节 内心定力依据

案例：中集集团

一、公司简介

公司的前身为“中国国际海运集装箱有限公司”，系由招商局轮船股份有限公司与丹麦宝隆洋行、美国海洋集装箱公司共同出资设立的中外合资经营企业。1992年12月，经深圳市人民政府办公厅以深府办复〔1992〕1736号文和中国人民银行深圳经济特区分行以深人银复字〔1992〕第261号文批准，由本公司的原法人股东作为发起人，将本公司改组为定向募集的股份有限公司，并更名为“中国国际海运集装箱股份有限公司”。1993年12月31日和1994年1月17日，经深圳市人民政府办公厅以深府办复〔1993〕925号文和深圳市证券管理办公室以深证办复〔1994〕22号文批准，本公司分别向境内、外社会公众公开发行境内上市内资股（A股）股票和境内上市外资股（B股）股票，并上市交易。1995年12月1日，经国家工商行政管理局批准，公司更名为“中国国际海运集装箱（集团）股份有限公司”，并领取了企股粤深总字第101157号企业法人营业执照。

经营范围：制造修理集装箱及其有关业务，利用该公司现有设备加工制造各类零部件结构件和有关设备，并提供以下加工服务：切割、冲压成型、铆接、表面处理，包括喷沙喷漆、焊接和装配；集装箱租赁。

二、核心竞争力

在中国的1400多家上市公司中，不乏一些国内行业的龙头企业，但真正



能够跨入世界大型企业行列，并在某一领域稳居第一的却屈指可数。中国国际海运集装箱（集团）股份有限公司（000039）1996年、1997年、1998年连续3年集装箱销售量稳居全球首位，1998年的市场占有率更接近30%。

以集装箱制造为主导产业的中集集团成立于1980年1月，最初是由香港招商局和丹麦宝隆洋行投资兴建，1987年，中国远洋运输总公司入主该公司，将其改组成为由国有资产控股的中外合资企业。1994年，公司B股、A股先后在深圳证券交易所上市。经过几年的发展，公司资产总额从1993年的5.76亿元增长到1998年的43.07亿元，净资产从1993年的1.37亿元增长到1998年的14.29亿元。1987年至今，中集的国有资产共增值46.31倍，平均每年递增421%。现在，中集集团在上海、天津、南京、南通、大连、新会、青岛、香港，及柬埔寨、苏里南等地，拥有20余家全资及控股子公司。

中集集团一系列辉煌成就的取得，是跟公司“尽心尽力，尽善尽美”的集团精神分不开的。为保证企业持续健康地发展，中集集团建立了稳定的领导班子。多年来，他们健全内部经营机制，推行目标管理，并逐步引入了现代化的管理手段，使公司运作高效、规范。公司大力提倡“能者上，庸者让”的用人之道，任人唯贤，鼓励“冒尖”，并根据贡献大小拉大员工间的收入与福利待遇差距，充分发挥各种人才的聪明才智。

为客户提供优质的产品和服务，是公司“尽善尽美”精神的集中体现。中集集团在产品质量方面的不懈努力，使得他们的产品不仅通过国家ISO9000质量认证，而且分别通过了法国Br、美国ABS、英国Lloyd's和中国CCS的质量认可，在国际市场上创造出了“CIMC”品牌的巨大效应。

不仅如此，公司从开拓国际市场之初，就以“诚信第一”的原则为客户提供优质服务，赢得了客户的依赖。到目前为止，全球十大集装箱航运公司和租赁公司都已成为中集的长期客户。

面对未来的市场，公司制定了“两手抓”的经营策略。

一方面，在主业上下“巧工”。公司根据国际市场需求的变化，相继开发出各种规格的超长箱、宽体箱、开顶箱、侧開箱，折叠箱、通风箱、衣架箱、轻型箱、罐型箱和技术制备先进的冷藏箱等特种箱，既满足了客户多样化的需要，又有效地增加了产品的附加值。近几年，中集通过对大连、南通、广东新会3家集装箱生产厂家的成功兼并，使公司实力更加雄厚。1998年，公司又先后兼并了青岛现代冷藏公司、青岛现代集装箱公司、天津北洋集装箱公司和上海远东集装箱公司4家企业，生产布局进一步优化，其全球集装箱龙头企业的地位更加巩固。

另一方面，公司积极向相关产业拓展，以寻求稳定的投资回报。2002年5月，总投资2.1亿美元的上海逸仙高架道路全面通车。该道路是由中集集团牵头，联合数家公司以BOT方式进行投资建设的，投资方拥有其25.5年的专



营权。该项目从2004年开始已逐渐产生回报。日前，中集集团又通过在香港的子公司，斥资3064万美元买进了苏里南、柬埔寨4片森林的经营开发权。此举既为集团免除了木板原材料在资源方面的制约，又为集团带来了新的盈利增长点。通过这些投资，中集集团也从单纯的集装箱制造，成功转变为一家以集装箱制造为主导业务，同时兼有木业、机电设备制造业和基建与房地产业的大型综合性集团企业。

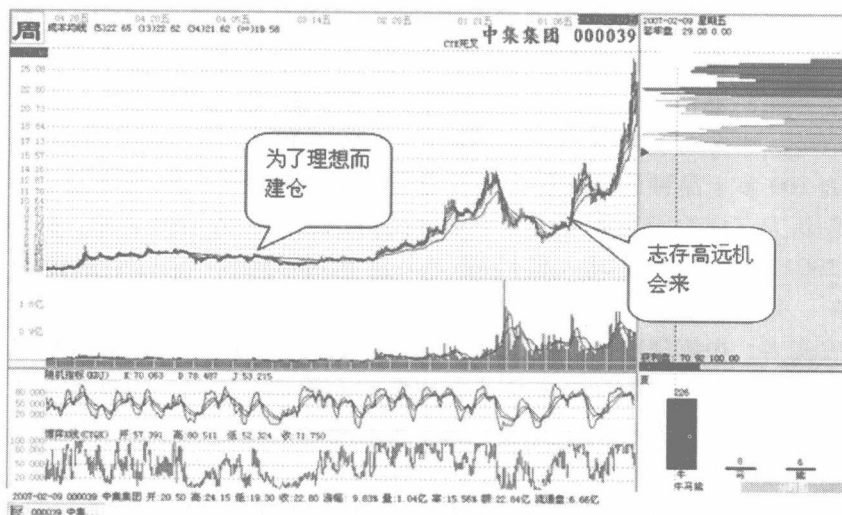
自1996年以来，中集集团已经成为世界第一大集装箱生产企业，全球市场占有率突破40%；2002年中集冷藏箱的国际市场份额已达到50%，跃居世界首位。凭着其国际集装箱业霸主地位的稳固，中集也成为证券市场上经年不倒的一面“蓝筹”旗帜。中集集团现已拥有26亿元净资产、1.5万名员工，以及战略布局于华南、华东、华北三大区的12个生产基地，能够提供三大系列100多个品种的集装箱。集团总裁麦伯良称，以战略创新为先导、以技术创新为支持的研发体系成为中集集团可持续发展的重要支柱。据悉，该集团2001年技术研发投入的经费支出达9200万元，占当年销售收入的1.34%。其研发中心已被认定为国家级企业（集团）技术中心。凭借着强大的研发实力，中集集团以自主创新及知识联盟的方式，不断调整和优化产品结构，不断创造出能为客户赢得竞争优势的高附加值产品，由此加速了国际集装箱行业的技术进步，并促进了国际集装箱技术中心向中国的转移。在产品创新方面，中集冷藏箱业务竞争力持续加强，产能及质量稳步提高，已取代了原来长期由德国、日本、意大利、丹麦、韩国等发达国家的主导地位，成为世界上最大的冷藏箱供应商。2001年中集冷藏箱累计销售36466TEU，同比增长24%，销售利润率提高2.9%；其特种箱占全部集装箱销量的比重亦持续上升，2001年形成了超宽箱、日本内陆箱、澳洲市场专用箱等主流特种箱产品系列；并推广有潜力的罐式箱和北美内陆箱系列，2001年特种箱累计销售26317TEU，同比增长79%，占全部销量的5.81%，销售利润率提高了2.3%。同时，中集集团还迅速进入半挂车业务领域，2001年共完成10多个品种的样车试制，并开展了澳洲市场的试销、北美市场的调研等工作。在知识产权方面，中集产品全部使用CIMC品牌，并拥有自主的知识产权核心技术；早于几年前获得世界最先进的德国GRAFF冷藏箱制造技术的全球独家许可，目前冷藏箱生产已成为其重要的利润来源，且累计申请专利11项，完全掌握了冷藏箱业的自主知识产权……截至2006年4月，技术研发中心共获取专利120多项。在研发手段上，采用国际最高技术标准引进管理软件、设施装备及技术人员，并与国内高等院校建立密切的人力资源合作关系，保证了技术专业人才的供应与储备。



三、资本市场独树一帜

中集集团的资本运作在资本市场也是独树一帜的，10多年来中集集团资产规模增长了几十倍，中集集团的股票市值增加了几十倍，股价除权后复权也是上涨了近20倍。中集集团的高管通过资本市场得到了合法的财富高回报，也为投资者带来了投资的稳定回报，显示了中集集团的资本大鳄风范。

案例：



心理战：

- 内心定力来源于上市公司有理想有追求，然后才能在建仓后长线持有。
- 只有志存高远的上市公司才值得我们长线投资。

第四节 股票心理价值

案例：中兴通讯

一、公司概况

公司系由深圳市中兴新通讯设备有限公司与中国精密机械进出口深圳公司、骊山微电子公司、深圳市兆科投资发展有限公司、湖南南天集团有限公司、陕西顺达通信公司（现更名为陕西电信实业公司）、邮电部第七研究所（现更名为中国移动通信第七研究所）、吉林省邮电器材总公司及河北电信器材有限公司共同发起，并向社会公众公开募集股份而设立的股份有限公司。1997年10月6日，公司通过深圳证券交易所上网发行人民币普通股股票5850



万股，向公司职工发行人民币普通股股票 650 万股，发行价格为每股人民币 6.81 元。

经营范围：生产程控交换系统、多媒体通讯系统、通讯传输系统；研制、生产移动通信系统设备、卫星通讯、微波通讯设备、寻呼机、计算机软硬件、闭路电视、微波通信、信号自动控制、计算机信息处理、过程监控系统、防灾报警系统等项目的技术设计、开发、咨询、服务；铁路、地下铁路城市轨道交通、公路、厂矿、港口码头、机场的有线无线通信等项目的技术设计、开发、咨询服务（不含限制项目）；电子设备、微电子器件的购销（不含专营、专控、专卖商品）；承包境外及相关工程和境内国际招标工程，上述境外工程所需的设备、材料进出口，对外派遣实施上述境外工程的劳务人员；电子系统的技术开发和购销（不含限制项目及专营、专控、专卖商品）；经营进出口业务，电信工程专业承包。

二、发展经过

中兴通讯诞生在我国改革开放大潮初起之时。在建立社会主义市场经济体制的过程中，以革新的精神，结合企业自身发展实践，在勇于向高新技术产业拓展、振兴民族通信产业的同时，不断地探索公有制的实现形式，经历了两次改组，闯出了以国有资本为主体的混合所有制经济形式，推动了企业的快速发展。现已成为国内民族通信产业领域的强者之一。从它创立到现在 10 余年中，大体上可划分为 3 个发展阶段。

第一阶段：1985～1992 年

这是艰苦创业和勇于创新、奠定企业发展民族通信产业基础的时期。

1985 年年初，处于内地的国有企业——航天系统的 691 厂，决定到深圳经济特区寻找合作伙伴，“外引内联”以求发展。经多方奔走、洽谈，与香港运兴电子贸易公司和航天系统的长城工业公司深圳分公司达成共同投资建立合资企业意向。

1985 年 5 月，深圳市政府正式批准深圳中兴半导体有限公司成立，注册资金 280 万元人民币，691 厂占总股本的 66%。公司成立时原想从事微电子产业生产，但合资各方都没有现成的产品和市场，又引进不了技术，就开展来料加工业务，先后加工过电子表、电子琴、电话机等产品，以赚取加工费支撑企业发展。到 1985 年年底收入为 35 万元。

1986 年 6 月，在扩展来料加工业务的同时，为寻求企业自己的产品 and 市场，摆脱来料加工的被动地位，决定成立 8 人研制开发小组，研制 68 门模拟空分用户小交换机。不到一年时间，成功研制出 ZX—60 程控空分交换机。1987 年 6 月通过原邮电部测试鉴定，7 月取得进网许可证。这是企业拥有的第一个自己开发的产品，也是企业进入通信产业领域的初步尝试。



当时国内巨大的通信市场已被世界各大通信厂商所垄断，总经理侯为贵与技术开发人员决定要自行研制数字程控交换机。这对公司是一个具有重大战略发展意义的决定。1987年下半年开始组织研发人员开发用户数字程控交换机。为加速数字程控交换机的研制进程，解决企业自身技术力量不足的困难，与北京邮电学院程控交换系合作。1989年11月，自行研制的500门用户数字程控交换机ZX500在北京通过邮电部测试，并由航天部主持进行了部级技术鉴定，被认定为是国内具有自主知识产权的国产化第一台数字程控交换机。

1990年3月在继续完善ZX500产品和投入批量试生产的同时，确定进行局用数字程控交换机的开发预研工作。当年9月，以开发数字局用程控交换机为目标的研制筹备小组正式建立。1991年12月，适应我国农话C5级端局数字化改造的小容量数字局用交换机终于研制成功，并在江苏和江西两省同时进行了3个实验局的安装开通，产品定名为ZX500A。到1992年1月ZX500A农话端局交换机的实验局顺利开通，由于具有丰富的不同制式的中继接口，性能价格比优于国外相应的产品。

第二阶段：1993~1996年

1993年3月，由航天系统的691厂和深圳广宇工业（集团）公司与民间科技企业深圳中兴维先通设备有限公司共同投资组建深圳中兴新通讯设备有限公司，并完成注册。初期注册资金300万元，51%的股份为两家国有企业投入，公司的性质为全民所有制的内联企业。借鉴以往企业经营的经验，确定由民间科技企业承担经营责任。

1993年11月，自行研制的ZXJ2000数字局用交换机通过鉴定，取得邮电部国产数字局用交换机首批入网许可证（证号93110）。ZXJ2000被评为“1994年度国家级新产品”，1995年又被联合国技术信息系统中国分部评为“发明创新科技之星”。2500门数字用户（专网）程控交换机，于1994年5月获邮电部入网许可证（证号9420），公司的产品市场不仅面向农话，也面向了大中型企事业、宾馆及铁道、电力、军队等专网市场。产品定名为ZXJ2000A。

1994年7月，ZXJ2000及ZXJ2000A被广东经委定为“鼓励生产和使用的国产先进技术产品”。

1993年9月，深圳中兴新通讯设备有限公司南京研究所正式组建，着手研制大容量局用数字程控交换机。1995年11月，自行研制的ZXJ10大容量局用数字程控交换机获邮电部电信总局颁发的人网许可证，是当时国内自行研制的三大主力机型之一，终局容量为17万线。ZXJ10在邮电部组织的专家评审中被认定为“是目前能与国际一流机型相媲美的最好机型，具有国际20世纪90年代水平”。ZXJ10数字程控交换机被评为“国家级重点新产品”。

1994年8月，深圳中兴新通讯设备有限公司上海研究所正式组建，以无



线和接入网产品为主进行开发研制工作。上海研究所开发的接入网产品，是公司与世界知名通信企业同时起步研制的第一个优化通信网的系统产品。

1995年8月，经广东省质量体系认证中心的评审，在全国同行业的生产厂家中，率先通过ISO9001质量标准认证。

1996年2月，经过1995年的充分预研和准备，根据国家通信网的发展规划和公司的实力，明确提出了实施公司战略上的“三个转变”：产品结构突破单一的交换设备，向交换、传输、接入、视讯、电源等多元化产品领域扩展；目标市场由农话向本地网、市话网扩展；由国内市场向国际市场扩展。

1996年6月，根据国务院〔1996〕74号文件精神，国家经贸委、计委等部委，按照产销率、利税率、资产负债率等项指标，从全国几十万家不同行业的国有大中型企业中，评选出1000家企业，并从中优选300家（1997年增加到512家）作为国家重点扶持的企业，深圳中兴新通讯设备有限公司是国内通信产业中入选的两家之一。

1996年7月，在“1996上海国际通信展”上，公司全面展示向通信产品多元化发展战略的成果，展出了以ZXJ10大容量局用交换机为主体的网管系统、接入网系统、光传输、会议电视、电源等具有国际20世纪90年代水平的多种产品，受到国内外厂商和客户的极大重视和好评。各有关传媒以“敢向洋货叫阵”、“为民族争光”为题作了大量报道。

1996年，公司实现销售合同额6亿元，国有资产4年增值100多倍，净资产从300万元增长到4亿元。

第三阶段：1997年11月~2005年

深圳市中兴通讯股份有限公司成立，是国内以国有资本控股的从事通信系统设备研制的第一家公众股份有限公司。

股份公司从1997年1月筹备，7月经深圳市政府批准设立，10月6日正式发行公司的人民币普通股（A股）。11月18日，公司股票（中兴通讯，0063）的社会流通股在深圳证券交易所正式挂牌交易。

公司总股本25000万股，每股面值1.00元，注册资金2.5亿元。在总股本中，社会流通股为6500万股。发行价每股为6.81元。挂牌交易的首日，开盘价每股直冲21.81元。此后，作为深圳股市的高科技版块中的绩优股一直保持着良好的发展势头，不断地稳步攀升。

1998年10月，公司股票10股送3股，总股本扩为3.25亿股。1999年再一次配股，总股本增为3.445亿股。2000年进行了送股和配股，总股本达到4.134亿股。2001年3月，公司增发5000万新股成功，募集资金16亿元，重点投入光通信、移动通信和数据通信三大领域研发。目前总股本为4.634亿股，市值超过160亿元。随着公司经营效益的增长，社会公众对公司股票的预期收益普遍看好，公司的市值还会逐步升高。《证券时报》1998年11月25



日对 100 家上市公司作评价调查报告，中兴通讯在投资机构和投资者个人心目中的市场形象和发展前景均名列第一。

从 2001 年上半年开始，以网络、电信股泡沫的破灭为标志，全球电信设备行业开始出现大幅度下滑，两年内几乎所有的电信设备厂商都未能幸免。据统计，2002 年，全球主要电信设备厂家市场销售平均下滑 20%。2003 年，除中国以外，国际电信市场依然没有走出低迷的阴影。

在这样的大背景下，中兴通讯通过实施积极的市场策略，发挥多元化产品优势，加强管理，实现了持续增长，销售业绩领先于大多数同行，进一步提升了行业地位。2001 年、2002 年年均增长率达到 30%，2002 年实现订货额 168 亿元。为此公司被评为“2002 年中国通信设备市场年度成功企业”、“2002 中国通信业十大最具增长潜力企业”以及“2003 年最受关注的中国 IT 上市企业”，并连续 3 年入选“中证·亚商中国最具发展潜力上市公司 50 强”评选前 3 名之列。

2003 年，中兴通讯无线、有线、手机三大类核心产品实现均衡增长。2004 年 1 月 8 日，中兴通讯董事会发布公告，称 2003 年公司继续坚持客户需求导向，通过实施正确的市场策略和产品差异化策略，全年实现合同销售额 251.9 亿元，比 2002 年增长 50.0%；全年完成发货额 212.0 亿元，比 2002 年增长 58.2%。其中手机合同销售额实现 48.2 亿元，同比增长 66.3%；国际市场合同销售额达到 6.1 亿美元，同比增长一倍以上。最近 3 年，中兴通讯合同销售额保持 34.1% 的复合增长率，成为全球通信设备领域最受关注、最具差异化竞争力的通信设备企业之一。

通过不断提高自身差异化竞争力，中兴通讯 2005 年全年仍保持良好发展态势。

三、财务分析

根据中兴通讯公司 2005 年中报披露，2005 年上半年，受电信业重组和 3G 牌照发放等不确定性因素的影响，中国电信业固定资产投资与 2004 年同期相比有一定程度的下滑。国内运营商为迎接即将到来的 3G 产业化，放缓了对 CDMA、PHS 和 GSM 等无线通信类产品的投资力度，加大了对智能网、彩铃、彩信等业务的推广力度，相应投资得到增加。信息产业部的数字表明，2005 年 1~6 月，电信业固定资产投资额为人民币 778.1 亿元，比 2004 年同期下降了 12.2%。行业投资的萎缩使通信设备制造商在国内的总体销售额有所下降，因此对中兴通讯存在一定负面的影响。

2005 年上半年，全球通信行业保持增长态势。跨国运营商加大了对新兴市场的投资力度，拉美、非洲等新兴市场的发展空间明显扩大。发达国家运营商在本国也在不断寻求新的业务增长点，以推动其自身的业务增长，并通



过不断引入新的设备供应商，满足其对设备和服务的高性能价格比需求。上述因素为中兴通讯开拓国际市场创造了良好的发展契机。

2005 年上半年中兴通讯各项经营业绩与上年同期相比基本持平，这主要受益于国际市场的持续高速增长。按照中国公认会计原则编制的财务报表，2005 年上半年实现主营业务收入 103.03 亿元人民币，同比减少 12.5%；实现净利润 6.88 亿元人民币，同比增长 34.0%；每股收益为 0.72 元人民币，每股经营活动产生的现金流量净额为 -2.70 元人民币。

截至 2005 年中期，国内运营商对 CDMA 系统的投资减少，使中兴通讯 CDMA 产品在国内的销售比上年同期有所下降。凭借在国内成熟的商用经验、优良的性价比和品牌优势，中兴通讯的 CDMA 产品在国际市场上的销售呈现较好的增长态势。同时，GSM 产品在中国移动边际网招标中取得规模性突破。

2005 年上半年，国内运营商将 NGN 产品作为固网智能化的手段，中兴通讯产品继续广泛参与国内各大运营商的商用实验。在国际市场，中兴通讯 NGN 产品在葡萄牙、美国、香港等国家和地区得到了商用。海外市场是中兴通讯的重要的利润增长点。

中兴通讯 3G 终端的商用化程度得到了进一步的提高，为开拓国内和国际市场创造了有利条件。

由于运营商对固网进行智能化改造以及引入新业务，中兴通讯包括智能网、彩铃、彩信等在内的业务类产品增长迅速。

中兴通讯在 2004 年 12 月全球发售 H 股募集资金净额为人民币 3542177725 元。集团将如上募集资金净额用作如下用途：

(1) 2125306635.56 元用于扩大中兴通讯海外运作规模。

(2) 1416871090.38 元用于具备战略意义的产品和技术的研发。

(3) 尚未使用的募集资金根据项目进度将用于营运资金，以减少对银行融资的需求。

综合以上分析，通过 H 股的发行，中兴通讯的资金发展瓶颈问题已经得到初步的解决。凭借该公司在技术和销售领域的优势，公司完全有希望在经过短暂的调整之后，继续保持在通讯行业的龙头地位。

四、管理团队

1. 中兴通讯董事长侯为贵

享有“中国经济年度奥斯卡”之称的“CCTV 2004 中国经济年度人物评选”结果揭晓，中兴通讯董事长侯为贵成功入选。

侯为贵和他领导的团队以 20 年的奋斗和努力铸就了中国通信制造业最大的上市公司和中国本土最大的无线设备供应商。

侯为贵和他领导的中兴通讯一直保持着一贯的稳健和务实经营作风。



2004年，侯为贵和他带领的中兴通讯在完成新老管理层的顺利交接之后，再次以高于行业平均水平的速度快速发展。

62岁的侯为贵，不仅锻造了一个坚实而富有效率的决策和执行团队，而且正努力将年轻的中兴通讯建设成为一个“百年老店”。对于中兴通讯全球战略发展模式，侯为贵审慎分析，积极谋篇布局，制订了这样的目标——“人才国际化为根本，市场国际化为重点，资本国际化为依托；积极迎接挑战，打造全球范围中兴通讯的知名品牌，力创世界级的卓越企业。”对此，他表示：“中兴通讯没有成功，只有成长。20岁，才刚刚起步。”

2. 中兴通讯总裁殷一民

中兴2004年最重要的一件事情是顺利实现了交接班。

换届后，中兴原来的16名副总经理有14名留任。

中兴员工对于现任总裁殷一民的评价是“年轻、帅气、为人正直”，对外具有相当的亲和力。有人认为侯为贵之所以最终选择殷一民接班，是因为殷一民头脑清晰而果断，能承受巨大的压力并保持对重要决策贯彻到底的决心。

现年40岁的殷一民技术出身，是中兴的元老，中兴最主要的一批产品都有其功劳。殷一民既搞过研发又做过市场，而且均有不菲业绩，能服人。

而如果将此次交班放在中兴的大局中来看，2004年正好是中兴国际化步伐迈得最大的一年，H股发行成功后中兴将拥有更多的资源来完成其战略布局。

在侯为贵时代，侯将整个公司分割为一个个具有独立经济责任的准事业部，并授予每个事业部及其总经理高度的“自治权”，部门奖金与部门绩效紧密挂钩。并引进矩阵式管理和团队管理，将复杂的管理化整为零；同时，通过有效的评估和激励措施以及构建一个学习型的组织，保持了每个细胞的活力和能力。

随着时间的发展，事业部的弊端也在中兴充分暴露出来。客户从业务的角度要求提供全套解决方案的呼声越来越高，这要求中兴能够在全公司范围内整合产品和技术资源。但相对独立的事业部越来越自成一体，部门之间难以协调成为中兴最大的管理难题。为了降低协调的难度，中兴又开始学世界上所有先进企业的做法，大规模推行团队管理。

殷一民在上任之初就宣布2004年是中兴通讯的“协同发展年”，协同发展的具体举措包括跨事业部、跨产品线的产品、市场整合，软硬件平台等公共平台建设。在他看来，协同作战是企业保持整体优势的最好办法。中兴内部现在已经到了“言必称团队”的程度。

殷一民继承了侯为贵时代的传统，即中兴管理层必须将自己一半左右的时间用于深入市场、深入基层，和客户交流；每个月至少要拜访一次核心客户，从客户那里了解市场信息、竞争对手的情况以及客户的需求等。



在竞争的策略上，殷一民表示将继续遵循“差异化”的竞争思路。为了保证“差异化”战略的成功，中兴需要从战略流程和制度上提供强有力的“支点”。

“中兴一方面不会轻易放弃每一个潜在的市场机遇，但也决不会因为某一个市场被看好而将全部力量投注其中，”殷一民表示，“把握机遇、规避风险本身既是科学，也是艺术，选择一个合适的时机进入新市场是十分关键的。”

五、把握机会，稳定发展

在连续5年的“中国科技百强企业”评选中，只出了中兴通讯（000063）一个常胜将军。这只股票创造了股价逆市飘红，业绩持续增长的佳绩，使海内外大券商及基金对中兴通讯宠爱有加，纷纷追捧。

早在1997年，中兴通讯刚在A股上市时，年主营收入只有6.3亿元，2004年已至227亿元，增长了近36倍；净利润也从刚上市时的1.3亿元上升到9.9亿元，增长了7.6倍；净资产收益率从上市至今从没有低于10%。

在中国的科技企业中，能够抓住机遇一举翻身的企业并不难找，但能够像中兴通讯这样每次机会来的时候都能抓住机遇占上风的，实在是凤毛麟角。

回顾历史，有几个项目可以让中国通信设备制造企业受益颇丰。如联通的CDMA项目，中国移动的GSM业务，电信部门的固网采购大单，不被人看好的小灵通业务，等等。这些业务在技术发展阶段上各有不同，技术要求也不同，兼顾几乎不可能。可中兴通讯是哪个都要，对不明朗的业务就采取弹性投入策略，技术上随时跟进。这也成了中兴通讯今天能业务遍地开花的保证。

1998年，尽管中国联通第一次CDMA项目招标中途夭折，但这个事件却成就了中兴通讯之后的命运。在那次招标中，投标商包括了朗讯、爱立信、摩托罗拉、诺基亚等在内的几乎所有跨国电信运营商，国内厂商则有中兴通讯和华为公司。招标叫停，各企业反应并不同。

现任中兴通讯CDMA事业部产品总经理的朱进云回忆说，当时中兴通讯也犹豫是否要保留CDMA95项目。后来，根据“低成本尝试”的原则，中兴通讯还是留下了，并继续投入小规模研发。2001年5月，中国联通CDMA一期再一次正式招标，选用的标准是CDMA95的加强版，这使中兴通讯能够以唯一正宗的国内厂商的身份竞标，并一举争得7.5%的份额。此后，中兴通讯在联通CDMA二期招标中再创辉煌，一举取得15%市场份额，并超过部分国际厂商。2003年，在联通的CDMA第三期招标中，中兴通讯获得超过300万线的市场容量，其主设备获准进入联通15个省份公司市场。而且中兴CDMA已经在全球30多个国家得到应用。这件事情体现了中兴通讯典型的企业风格。



在中兴通讯不到 20 年的发展过程中，尤其是飞速发展的后 10 年中，每当面对一个不确定的商业机会时，中兴通讯总是采取“低成本尝试”的方法。董事长侯为贵认为，这样做即使一个项目最终放弃了，损失也不至于太大，“即使国内没有市场，国外也可能有”。

中兴通讯在 2001 年切入小灵通市场时，一年就抢占了近四成的市场份额，销售收入达到 20 亿元，并连续在小灵通和手机业务上打出一系列的“主设备+终端”的组合。2002 年下半年，中兴通讯的小灵通系列产品一口气签下了武汉、南京、长沙 3 个大单；在广东小灵通业务的争夺上，中兴则和 UT 斯达康平分秋色。整个 2002 年中兴通讯估计斩下 40 亿元的市场份额，中兴通讯已经稳稳地坐在了小灵通的第一阵营里。

早在 1996 年、1997 年，当发现国外的 3G 技术开始逐步兴起时，中兴通讯就有了紧迫感。到 2003 年时，在信息产业部 MTNET 测试中，中兴通讯和爱立信、诺基亚等 7 家公司的 WCDMA 系统设备进行了完整的接口测试，并和诺基亚、NEC 等 5 家主流 3G 终端厂商的商用终端实现了接口测试。在这次系统性能测试中，中兴成为获得满分的仅有的两个厂商之一。

从 CDMA 项目就能看出来，中兴通讯的投入都是长线投资，而并非短期投机。在这种长线投资的背后，是中兴坚持自主研发以形成核心技术能力的战略，而这也是中兴之所以成为中国科技企业中为数不多的以技术为核心竞争力的企业的原因。

中兴通讯多年来坚持以销售额的 10% 用于产品开发与技术更新。中兴通讯强大的技术实力积累是靠人才队伍来支撑的，数千名研究生为主导的庞大研发队伍，以及每年的研发费用高投入，这些在国内企业中极为罕见。2 万多名员工中有 40% 是技术人员，是中国规模最大、最具创新能力的企业高科技研发团队之一。中兴通讯在中国上海、中国北京、美国、韩国等地设有 11 个全资研究所，这在中国企业中是少有的。相应地，公司总部通过绩效考核来监督研究机构的全年研发运作，以降低成本，提高效率。

中兴通讯同时也是国内为数不多的有强大企业文化的企业，中兴的核心价值观精髓是“互相尊重”，就是通过各种因素的差异互补来寻求整体的最佳结合。据中兴通讯在内部所做的调查，员工对企业文化的认同程度在 97% 以上。

2004 年，受到 3G 冲击的小灵通开始加速萎缩，但是国际业务的快速成长转移了中兴通讯的收益所得。按照中兴的公告，2004 年，取代小灵通成为中兴最大贡献的业务变成了海外收益：

2004 年海外市场上的收入占据了中兴该年总收入的 21.5%，同比增长了 10.5%，而其海外收入总额已达到了近 45.8 亿元人民币（约合 5.228 亿美元），成长了 133%。



六、核心竞争力

1. 技术领先，走在行业前列

雄厚的科研开发力量是深圳市中兴通讯股份有限公司逐年发展壮大的根本保证，根据中兴通讯主管南京、上海研究所的副总经理诸为民先生介绍说，中兴通讯创立之初，就对科研开发极为重视，分别设立了深圳开发中心、南京中兴研究所和上海中兴研究所，随后又设立了上海第二研究所。深圳、南京、上海三位一体，四强并进，共同为中兴通讯不断向前迈进提供强大的推动力。可以说，中兴通讯的成长壮大，离不开研究所多年来辛勤而富有价值的工作。

中兴通讯第5次蝉联“中国科技100强”前10名。

由《数字商业时代》评出的2005年“中国科技100强”排行榜上，中兴通讯再次在榜单前列。自“中国科技100强”推出以来，中兴通讯也是唯一连续5年进入前10名的企业。

2. 有强大竞争力的中兴文化

17年创业奋斗，中兴通讯大胆改革，创造出“国有控股，授权民营经营”为核心内容的混合所有制模式，被深圳市委、市政府赞誉为“深圳国有企业改革的一面旗帜”。中兴通讯1997年上市以来，始终以诚信回报投资者，一直树立起诚信和绩优的高科技龙头上市公司形象，深受证券监督管理机构赞誉和广大投资者的厚爱。2001年，中兴通讯入选中央电视台等单位发起评选的“中国最令人尊敬的上市公司”，教育部组织调查评选的“中国大学生首选就业企业”。中兴通讯中长期目标是销售规模在2004年达到500亿元，2008年达到1000亿元，实现“中兴通讯中国兴旺”的企业理念。

中兴通讯核心价值观：

互相尊重，忠于中兴事业；
精诚服务，凝聚顾客身上；
拼搏创新，集成中兴名牌；
科学管理，提高企业效益。

中兴通讯高压线：

高压线是中兴企业文化和价值观不能容忍的行为底线，是与中兴企业文化和价值观完全背道而驰的行为，一旦触及，一律开除。如：

- (1) 故意虚假报账。
- (2) 收受回扣。
- (3) 泄露公司商业机密。
- (4) 从事与公司有商业竞争的行为。
- (5) 包庇违法乱纪行为。



强调“互相尊重，忠于中兴事业”，不是一种对企业目标的盲从，首要的是强调“振兴民族通信产业是中兴人为之共同奋斗的事业”，企业在自我发展自我积累的同时，要为国家 and 所在社区作出应有的贡献。仅2001年，中兴通讯向国家和深圳市上缴税收就达13亿元。为实现“精诚服务，凝聚顾客身上”的理念，中兴通讯每个月都要进行内部和外部顾客满意度调查、打分，结果直接关系到各个部门的考核和员工的薪水，长期下来理念就慢慢形成了文化。

七、资本运作走向国际化

作为第一家在香港发行H股的A股上市公司，中兴通讯海外上市之路走得并不顺畅。两年前，公司首次推出发行H股计划即受到当时基金经理的竭力反对，股价也是一路下挫。按照当时H股的普遍市盈率和中兴通讯业绩推算，发行价约为15港元。但两年后，22港元的发行价却在公开发售时招来了787亿港元的巨资申购。

22港元的发行价较当时中兴通讯A股收盘价仅折价16%，如果中兴通讯H股在香港联交所挂牌涨幅较大，很有可能一上市就出现H股、A股价格倒挂。22港元的高发行价使传统的估值理念面临挑战。

中兴通讯H股成功发行并获得投资人的追捧主要有以下几个方面的原因：第一，中兴通讯基本面较好，所处行业具有一定的垄断优势。第二，香港和内地的价值取向不太一致，境外投资人看中的是公司良好的成长性。3G推出的预期较为强烈，而中兴通讯已经在技术、产品和产业价值链上做好了充足的准备，3G市场的开放将为中兴通讯带来新的利润增长点。第三，2003年下半年以来，QFII重仓杀入中兴通讯，并成为中兴通讯的前两大流通股股东。QFII的进入使更多的境外投资人对中兴通讯有了更充分的了解。第四，香港证券市场环境转暖也是中兴通讯H股受到追捧的重要原因。

当初竭力反对中兴通讯增发H股的基金经理也许没有想到，两年后，中兴通讯H股会以询价上限22港元获得253倍超额认购。

中兴通讯2004年第三季度报告显示，德意志银行、摩根士丹利分别以1940万股、1900万股的持有量成为中兴通讯第一、第二大流通股股东，持有市值超过10亿元。2001年年底、2002年年中，中兴通讯一直是基金的重仓股。

2002年7月，中兴通讯推出增发H股方案后，大部分基金开始撤离（只有少数基金后来重新购入）。

就在基金大规模撤退后，QFII开始杀入，其中瑞银在A股市场第一单就买进了中兴通讯。2003年年底，德意志银行成为中兴通讯第一大流通股股东，随后继续增持。



中兴通讯发行 H 股的方案早在两年前就已确定，因此 QFII 在投资中兴通讯 A 股时已经把这一因素考虑在内。而事实也表明，QFII 开始购入中兴通讯的价格要远低于 22 港元。这在一定程度上说明，中兴通讯未发行 H 股时 A 股股价已经按照国际化定价模式先行。

依据传统的估值理念，A 股的价格总要高于 H 股，因为两个市场是分割的，流动性也是不一样的。内地公司在香港招股时市盈率一般都低于 10 倍，而此次中兴通讯市盈率大大高于这个水平，这对传统估值理念是个挑战。中兴通讯 H 股发行价接近 A 股，说明投资者对中国 A 股的估值模式并不是单一标准的，也不是一成不变的，是因个股而异，因时而异的。而未来成长性将成为国内外投资者衡量中国上市公司投资价值的重要标准。

高盛重金入股中兴。

高盛和华宝信托的 2.7 亿元人民币交易是以现金方式进行的，折合约 3300 万美元。该次交易同时也获得了国资委和商务部的批准。

就在中兴通讯（000063.SZ，0763.HK）股改方案公布前 3 日，高盛集团和华宝信托就其所持的中兴通讯 2156.544 万股法人股签订了转让协议，并为此支付了人民币约 2.7 亿元。

中兴通讯公告称，公司非流通股股东华宝信托投资有限责任公司将其持有的中兴通讯非流通股共计 2156.544 万股（占中兴通讯股份总数的 2.25%）全部转让给高盛集团的全资子公司玉龙（毛里求斯）有限公司。玉龙公司同时表态，玉龙公司将参加中兴通讯的股权分置改革，签署相关文件，并执行届时确定并生效的股权分置改革方案。不过，中兴通讯的公告未就具体交易金额和价格等细节做任何披露。

2005 年 11 月 14 日，中兴通讯公布了其股改方案，A 股流通股股东每 10 股获付 2.3 股的对价，非流通股份获得上市流通权之日起第 13 个月至第 24 个月内若通过深圳证券交易所挂牌交易出售该股份的，出售价格将不低于 26.75 元。

高盛对中兴通讯青睐已久，是中兴通讯发行 H 股的主承销商。作为内地通讯设备制造业的龙头企业，中兴通讯的业绩表现也一直很稳定。中兴通讯 2005 年第三季度报告显示，其每股收益为 0.878 元，每股净资产 10.18 元。

根据双方的交易股份数量和金额，并除去未来要支付的对价因素，高盛此次购买的价格约为每股 16 元，虽然以净资产约 1.6 倍的价格购入，但仍然大大低于中兴通讯每股的市场价。截至 2005 年 11 月底收盘，中兴通讯 A 股的收盘价为人民币 28.42 元。而中兴通讯 H 股的收盘价格则为 22.35 港元。

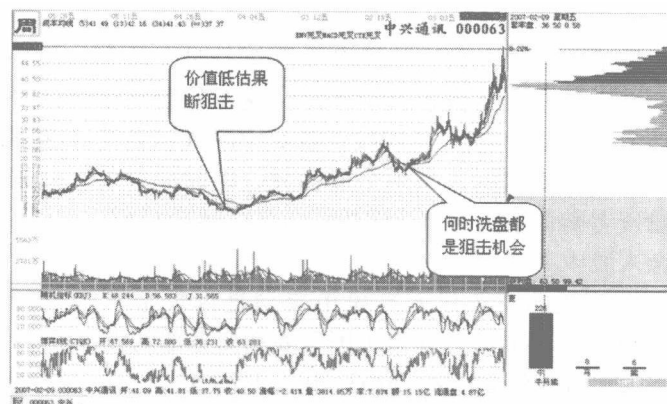
除了高盛以外，QFII 也持有中兴通讯 A 股，成为其最大的流通 A 股股东。

海内外机构投资者和个人投资者追捧中兴通讯，都是看中了中兴通讯的核心竞争力和高成长性，更重要的看中了中兴通讯高管层诚信经营的品质。投资者都愿意把钱投资给有能力、讲诚信、能给投资者带来稳定投资回报的



上市公司和优秀企业家。只有优秀的企业家带领的优质上市公司才是资本市场受投资者欢迎的资本大鳄。这样的资本大鳄才能获得持续成功，并为社会、为投资者、为股东创造更多的财富。

案例 1:



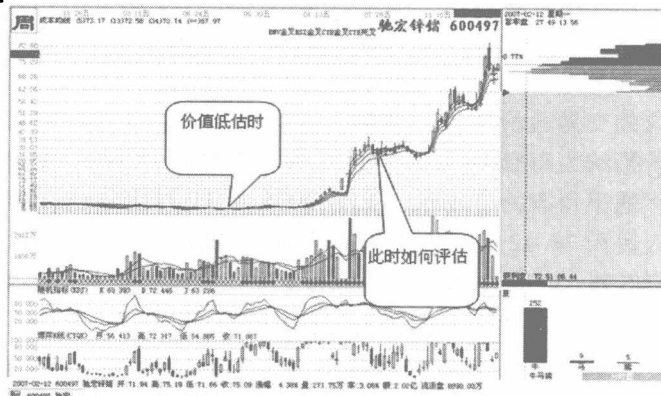
心理价值:

A. 有核心竞争力、有理想、有追求、业绩有成长性、行业有成长性，每当洗盘的低点买入都是正确的。

B. 股票投资的心理价值取决于上市公司的发展前景，有发展前景的上市公司机构和个人投资者都认同，机构更有信心长线持有。

总结：关于什么是价值这一话题，我们可以展开为期 100 年的论战，最终也未必能得出令人心悦诚服的结论。但是，如果我们能够意识到，价值就像“美”一样，只存在于个人眼中的话，我们将大大地缩短论战的时间，而达成共识。对股票的真正价值或许需要长时间的商榷，但是，市场对它的价值评估却随手可得。

案例 2:



价值评估：

A. 在股票低位时、价值低估时评估其价值，然后进行价值投资，所以，第一波行情能做好。

B. 当股价上涨到一定高位时，大部分个人投资者心里是没有底的。这个股票到底值多少钱，谁都不好讲；主力机构对这时候的股票价值评估总是超过个人投资者的想象力的，这是股票投资永远也无法解决的矛盾。所以，巴菲特不知道如何解决时，就用了一个简单的办法：买入可口可乐公司的股票一生都没有卖出，反而获得了巨大的成功。

股票的价值就是指股票究竟值多少钱，它等于公司的资产减负债，再除以公司的股票总数。股票的价值等于公司所有资产的成本价格减去资产的折扣，再加上公司的商誉、专利以及其他无形资产的评估价值的总和。股票的价格便是公司派息分红前的总收益乘以 10 倍后的总数，或是乘以 15 倍，又或是乘以 5 倍。股票的价格相当于公司派息分红前乘以 20 倍后的总数，或者乘以 15 倍。你认为股票价值是多少，它就是多少；股票市场有多少投资者，关于股票价值的定义和看法便有多少种不同的意见。可谓仁者见仁，智者见智。因此，股票的市场价值是投资大众心理的价值总和。

当市场仍处于弱势整理、震荡寻底阶段中，在熊气弥漫的市场中，投资者最关键的是一定要做到“静”；运用“四静”策略，才能在股市风雨中回避危险，寻找机遇。“四静”策略指的是“心静”、“手静”、“眼静”、“脑静”。

所谓“心静”指的是平心静气。在熊市中，特别是破位的走势中，一定要戒急戒躁，才能看清大势方向，分辨个股强弱。仓重的投资者此时更要冷静下来，分析失误的根源，找出解套的途径。绝对不能因为心慌意乱而采取毫无章法的操作方式。世界上没有只跌不涨的股市，只有被恐慌彻底击倒的投资者。

所谓“手静”指的是以静制动。当市场经历了长时间的深幅下调后，盲目杀跌已不可取。但是因为当前市场仍处于反复震荡寻底阶段中，目前暂时还谈不上战略性建仓。因此投资者一边要放下割肉的屠刀，另一边也要放下抄底的铁铲。在弱市中多做多错，少做少错，不做不错。

所谓“眼静”指的是静观其变。对于当前行情，市场观点很多，有人认为暴跌是刻意营造极度恐慌的空头陷阱，认为底就在脚下。也有人认为已经形成下跌中继形态，后市还将有更大的跌幅。其实，在股市中最正确的观点是由走势自己说出来的，为什么一定要抢在趋势的前面确认呢？当前，投资



者应该静观其变，等待趋势最终确定后，再实施操作也不迟。虽然，这样会失去少量的抄底机会，但却赢得了资金的安全。

所谓“脑静”指的是劳逸结合。不要图谋抓住每一次市场机会，没有人能做到这点。不休息的操作方式，就是一种贪心。采取不停的操作方式，心态就无法平衡。心态不控制好，怎能在股市求胜。市场需要下跌休整，庄家需要清仓休息，股民更需要适时休息。投资者要明白，休息也是一种投资策略。只有很好地休息，才能走更远的路。

证券市场容易出现失误的投资者，往往具有一些共同的特征。概括而言，就是他们的投资常常犯有四大禁忌：自满、满仓、满时、满利。这些因素投资者需要加以注意和回避。

1. 忌自满。《尚书·大禹谟》曰：“满招损，谦受益，此乃天道。”意思是说，骄傲自满的人会招来损害，谦虚谨慎的人会受到益处。有的投资者在刚入市的时候，还常常能有所斩获，等到变成老股民以后，因为赚了钱，学了些指标，读了几本书，就渐渐地盲目自信起来，追涨杀跌，快速进出，结果，反而输多赢少，亏损严重。骄傲自满会阻碍投资者提高操作水平，会使投资者对股市的认识出现偏差。股市的发展是日新月异的，任何人如果骄傲自满，就会停滞不前，最终必将被股市所淘汰。

2. 忌满仓。中国股市中的第一代大户中，大部分是因为过度满仓（透支）而被打穿的，最终落个被交易所强制平仓出局的下场。炒股和做人一样，凡事要留有回旋余地，方能进退自如。对于散户而言，投入股市的钱如果都是养家糊口的养命钱，一旦满仓被套，巨大的心理压力下造成的忧虑情绪，必将影响对后市行情的分析判断，最后结果不言而喻。即使行军打仗也要有预备队，股市上也要有后备资金。其实，满仓做多就是贪心的一种具体表现，是不放过任何机会和利润的操作意图，结果往往是被迫放弃的机会更多。

3. 忌满时。满时指的是投资者一年四季始终不停的错误操作方式。炒股最重要的是研判大势，当大势向好时，要积极做多；大势转弱时，要空仓休息。有的投资者不管股市冷暖，都不停地在里面劳作，像勤劳的蜜蜂一样，为了蝇头小利而忙忙碌碌。这不仅会常常劳而无功，而且还会因此遭遇更多的风险。投资者在股市中要学会审时度势，根据趋势变化适时休息，这样才能在股市中准确把握应该参与的机会。

4. 忌满利。满利指的是投资者总想买到最低价和卖到最高价，片面地追求利润最大化的操作模式。

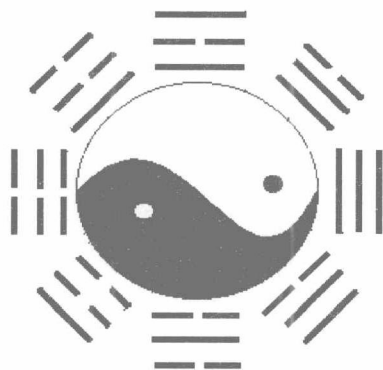
追求利润最大化本身并不是严重的错误，但前提条件是，必须建立在风险最小化基础上和有一定确定性因素的基础上，必须综合考虑风险收益比。



有的投资者喜欢追求暴利，总想把一只股票的所有利润全部拿下，结果是经常来来回回地坐电梯。在近年的股市行情中，大盘曾经出现过多次中级波段行情，很多投资者不赢反亏。其原因就在于：他们为了想赚取更多的利润而频繁地追涨杀跌。投资者要保持长期稳定获利的根本原则是：不要争取最大化的利润，而要争取最有可能实现的利润；更重要的是选准黑马股后减少短线操作，尽可能地中长线持有。



第七章 易经智慧在股市的运用



随着科技的进步，中国也伴随着世界发展的脚步进入数码时代。但在中国能有多少人会联想或者了解数码概念的基础“二进位”，是由德国伟大的思想家、数学家莱布尼茨根据我们传统的真理性著作《易经》理论创立的。说莱布尼茨伟大，是因为他是非常诚实的西方科学家，他毫不掩盖对《易经》的赞誉。

现代中国，只要一提“易经”两字，我相信很多人脑中反映的是一个老头儿在街边算命的场景。作为全球文明之源的《易经》落得这番景象，真的可悲！

20 世纪 50 年代以来的 15 项重要学术理论的创建，其中有 13 项同《易经》有关。中国的儒家、道家、禅宗皆以《易经》为指导性理论，故我们称其真理，即真正、真实、真切的理论。

以《易经》为基础的文化创造了古代中国的先进文明，其中 80% 创新性发明均来自中国。但是自 1730 年后，中国开始衰落了，为什么？请大家思考那是一个什么民族统治的朝代。为什么我们不能延续自己的文化，而非要背着金子找金子呢？

《易经》的智慧适用于各个行业、各个领域，特别是应用于复杂多变的股市效果最佳。因为《易经》是研究宇宙间变易与不易以及简易的最完美系统；从而使宇宙间相对稳定相对平衡。



第一节 易学的相对平衡相对稳定系统

一

“易学”里除了有“阴阳文化”，还有“先天自然之易”。“先天自然之易”指的就是“河图”和“洛书”，也就是咱们所说的“无字天书”。只给了你画着黑白圈的那么两张图，一个叫“河图”，一个叫“洛书”，宇宙间的一切奥秘全都包含在里头了。“河图”是“加减之源”，“洛书”是“乘除之源”。“河图”、“洛书”中的数理规律大家如果研究透彻的话，可以发现，现在的很多速算法往往都是根据“河图”、“洛书”所反映的规律而来的。简单的四则运算，我们中国传统的手算、速算、珠算等方法，往往比现在的计算机还要快。这也就说明了我们传统的某些计算推理的思想方法，要比现代西方的某些运算方法的思想先进得多。

.....

二

中国的传统中，基本上就是这么4种文化系统。这4种文化系统的规律全掌握了，就可排列组合、交错灵活地使用了。比如咱们《梅花易数》这种判断方法，无非是把易学“十翼”中的“先天八卦”及“后天八卦”的规律和“五行”（为什么叫“梅花”？因为“五行”以5个花瓣来表示，类似梅花）结合在一起，形成了《梅花易数》的辩证方法。《卜筮正宗》的判定方法，成卦的时候，是根据（运用）《易传》中“筮草法”演变的方法“摇出来的”。“摇”出卦形来以后，如何推导判断？在各爻上按规矩配上“六亲”、“六兽”、“天干、地支”，“冲”、“合”、“世”、“应”、“刑克”等之类进行分析，这中间就再也没有运用“易学”规律的事了。实际上，它基本上是“干支”文化加上“五行”文化，再加“易学”中的一种成卦的方法组成的判断方法。《增删补遗》、《渊海子平》（即“批八字”）呢？这中间干脆“易学”文化方法都没有了。其主要运用的就是“干支”和“五行”规律组合的方法。推导过程中根本没有“易学”文化的内容了。包括《六全》或《六壬全口诀》、《大六壬》等也都是“干支”、“五行”文化的搭配。不过《奇门遁甲》的方法，它倒是包括天上的“九星”（“后天八卦”规律）、“八门”（“先天八卦”规律），然后再配上“天干地支”及其“五行”组成一套判断方法。这种判断方法所包含的文化范畴就比较全一些了。反正，中国古代你不管是什么样的推测方法，它都离不开传统的这4种文化理论的指导及规律的搭配。

.....



三

.....

分布图上它为什么还要表示前后呢？有时你不知道你站的位置是在东西南北的哪个方位上。反正你前头就是前面，后边就是后面，左边就是左边，右边就是右边。按“后天八卦”方位分布，看周围的事物在你的哪个方向上，以你自己为坐标原点（为核心）。那么这个位置是我的前边的话（指屋子的正西方），这个地方（指自己的右前方，即屋子的西北三方）就是坤位，那就是巽位（左前方），震位（左边）、坎位（正后方）……照样可以铺用，一样的道理。……看到没有，整个系统内部运动的目的，是为了保证整体大局的平衡与稳定（和谐及达到共识）。

这是一种认识事物的思想方法。只要事物不符合这个规律了，那事物本身就不稳定不平衡了。不平衡不稳定了你马上就得按易学规律想办法寻找造成不稳定不平衡的主要矛盾（或矛盾的主要方面），然后你利用易学中场的平衡理论规律马上去调整，就能够使事物整体重新达到平衡稳定。股市是按此规律运行的。

.....

四

.....

“天一生水，地六成之；地二生火，天七成之；天三生木，地八成之；地四生金，天九成之；天五生土，地十成之。”它这样分布说明的是什么问题？说明的是：共同的场，是由不同的数所表示的，只不过是其内外所处的层次不一样而已。也说明它们各自所处的空间位置是不一样的。下面看看这不同层次的数有什么特点。特点之一是：内层的数加中间的5数等于外层的数。即 $1 + 5 = 6$ ； $2 + 5 = 7$ ； $3 + 5 = 8$ ； $4 + 5 = 9$ ； $5 + 5 = 10$ 。然后二层的数再加上5，等于第三层的数。

.....

五

我们还是按以上讲“河图”分布结构特点的这个思路来分析“洛书”分布结构的特点：其分布结构用数字表示即得图。你别看就这么简单的一个三阶（幻方）矩阵的方法，通过它中间数的分布及变化的启示，可在数学的数阵方法中得以充分的发挥，会产生惊人的数学成果。

.....

六

.....

如果同时选其中4个事物行不行？能不能使其较易地达到其整体的平衡与稳定？举个较特殊的四边形或正方形为例。猛一看，也是平衡稳定的。如



果我们在实际生活中用三角形和正方形的几何特性各制作一个三条腿、一个四条腿的桌子，四条腿的桌子其中有一条腿的长短出现问题，桌子就很难摆放平稳，并能引起桌子的晃动。而三条腿的桌子，桌腿即使长短差异比较大，在同样平的地面上摆放，即使桌面都出现了倾斜，与水平面不平行了仍然稳定。这就是因为“三点确定一个平面”，其三个（条）点（腿）都在同一个平面上，不会产生高低的差异。而4个点可以形成4种局（平）面。在平面几何中，4个点都在同一个平面（里）上，它们的结构是平稳的。可是4个点在立体几何中，就不一定4个点都同时处在同一个平面中了，那就不一定能随时随地的达到平衡稳定了。其形成了ABC、BCD、CDA、DAB这4种三角形局面。按哲学上讲，这是形成了四大组合。因为各组的矛盾性质、特点、过程等往往不同，所以，很难达到统一解决。就立体几何特性，这四边形假如构成的是“正四边形”的时候，还容易稳定。因此在江河湖海中截流或筑堤时，往往要投入大量的“正四面体”形的钢筋混凝土柱桩或钢筋混凝土块来拦洪、抗浪。因为它不管如何摆放，都是平衡稳定的，不容易被水流冲击移动。所以说，在同一个局面中的事物就容易调整其平衡而达到稳定。古人就是借助于这类经验，确立了“五行”文化系统。

.....

七

.....

实际上，当提高到“五行”文化看待“金木水火土”这几种物质时，它们已不单单是金木水火土这几种具体的物质了，而是以一种“物态”的类型被看待了。换言之，这5种物质已被作为5种物态来看待了——“五行”实际上反映的是自然界5种物态类型之间的相互关系。金，即是固态的简称；水，是液态物质的简称；火，因为火往往是碳加氧燃烧后生成二氧化碳气体，因此，这是气态物质的代名词。

木，是有生命力，可以自己控制或适应环境而生存的生命态。现在世界科学家基本已认定“21世纪是生命和生物的世纪”，但还没将生命、生物作为一种生命态来看待。“万物归土，土生万物”。实际上“土”在这里已被看做是一种综合（平衡）态了。

.....

八

.....

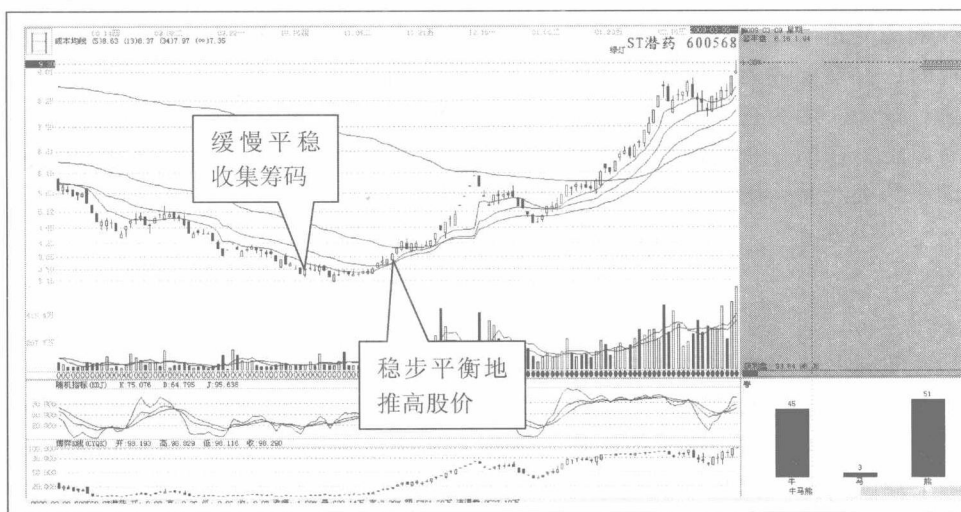
断定一件事情，要根据“唯变所适”和“六爻相杂，唯其时物也”之易学道理，具体问题具体分析。把不同的时间以及对应的空间（即不同时空中间）中发生的事件，弄到同一个时空中去比较是不可以的，必须得具体问题具体分析。决定你那个事件当时发生的空间与我这个事件发生时的空间的



结构不一样，环境、地点、条件等不一样。那么，我们之间的具体的事件发生的运动趋势往往也不一样。所以我把这种规律叫做“对立统一”规律，因为任何事物都不是孤立存在的，都对应存在于一定的时空中间。所以，不管易学推理方法也好，还是我们平时所常用的推算方法也好，都应该是先找到事物的对应时间。找到了这个对应时间后，就能确定其对应的空间。找到了对应空间内的结构及分布，最终就找到了事物的规律性。这就是通过时间确定空间，通过空间来寻找事物的规律趋势的思维方法。这是事物的对应关系。事物之间的关系不一定是“对立”的。

“对立”是不容易稳定的，相合（统一）才能稳定。

案例：



易经的智慧：

A. 易经的相对平衡与相对稳定系统是世界上最完善的系统。易经智慧运用于股市最有效的是易经的核心内容：象、数、理。

B. 比如该股我们可以先从其现象股价趋势入手研究，然后再找数据论证，弄明白影响其趋势变化的道理，再按照相对稳定相对平衡系统来进行运作。

第二节 周易的预测功能

周易预测功能的问题是一个古老的问题，也是周易的核心问题。如果周易没有预测功能，恐怕研究周易的人就没有那么多了。但是，要把周易的预测功能原理令人信服地提出来，并得到世人的公认，迄今为止没有人能够做到。正因为如此，周易被披上一层神秘的外衣。它是神秘的东方文化！



周易的预测通过卜卦进行。周易有六十四卦，每卦六爻，共三百八十四爻，用卦和爻表示事件的发展趋势。这里至少有两个问题。第一是周易的世界模式，即周易如何用卦和爻来表示事件的发展趋势，为什么能够这样表示，其中有什么科学内涵。第二是如何通过卜卦准确地把要预测的事件与对应的代表事件发展趋势的卦和爻找到。看起来，仿佛就像抽签和摸彩票一样，似乎完全是由概率确定的。其中的奥妙更是深不可测。

任何一种科学预测要得到世人的公认，一方面要有科学依据，另一方面要有实践验证，缺一不可。在牛顿力学问世后，人们运用它的科学原理预言了海王星和冥王星的存在。另外，20 世纪的最伟大的科学预言是广义相对论的三大预言。其一是引力动移，其二是光线的引力偏转，其三是水星的近日点进动。这些都属于自然科学的范畴，既有科学依据，又有科学观测的实践验证。

在社会学上同样有著名的预言。中国古代三国时期的诸葛亮未出茅庐便知三分天下，预言了后来的魏蜀吴鼎足三分之势。近代如毛泽东的《论持久战》预言了抗日战争的结果是中国必胜，日本必败；战争要经过战略防御、战略相持和战略反攻三个阶段，时间大约需 10 年左右。抗日战争的实践证明了这一伟大的论断。

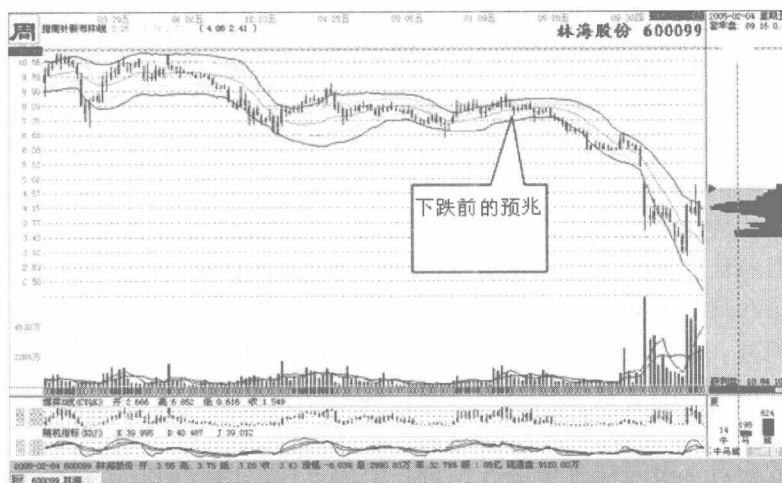
在当今社会上最常见的天气预报和股市预测等都属于预测，都有一定的科学理论作为预测的基础，虽然准确率未必非常高，但是确有重要的参考价值。

现在，仍然回到周易的预测上来。周易有没有科学依据呢？“易与天地准，故能弥论天地之道”，“范围天地之化而不过，取成万物而不遗”，“易之为书也，广大悉备。有天道焉，有人道焉，有地道焉”。“道”就是科学规律，就是科学依据。问题在于我们对周易的科学性还很少研究和发现。现在谈到周易在科学上的应用无非是二进制、核酸分子等。这些只能是周易的哲学思想给科学家的启发。启发毕竟是启发，不是周易内在的科学性，不是周易内涵的科学原理。难道囊括天地人大道的周易只限于给别人的研究以启发吗？

我在这里想提出的是，在周易中不仅仅是含有哲学思想，而且还有科学原理！《系辞》中有：“易有太极，是生两仪，两仪生四象，四象生八卦。”《道德经》中有：“道生一，一生二，二生三，三生万物，万物负阴而抱阳，冲气以为和。”这些无不含有深刻的科学原理。只有研究和发现这些科学原理，进而建立周易的科学体系，才能阐明周易的科学规律。有了这一体系，才能谈得上周易对股市的预测有没有科学依据。



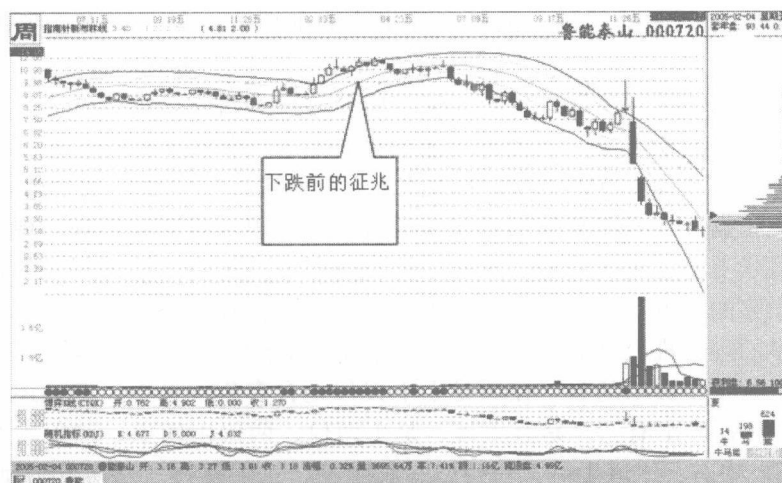
案例 1:



易经的智慧:

- 从现象研究该股可能下跌，找数据进行论证，弄明白现象背后的道理，进行股市预测以有效回避股市的风险。
- 这种预测也许会出现误差，但是肯定能回避股市风险。

案例 2:



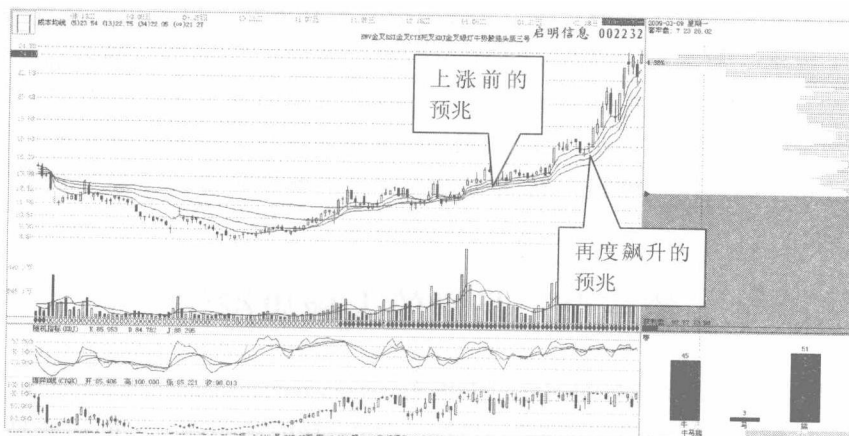
易经的智慧:

- 世上任何事情发生前都会有预兆的。比如：地震发生前会有动物到处乱跑，海啸发生前会有从来没见过的深海中的鱼游到海面，游到岸边来。这些都是事情发生前的预兆，也就是易经讲的现象。
- 股票的下跌和上涨之前也会有预兆。比如该股中位横盘，反弹乏力，



结局必然是下跌。当股票的现象出来后，我们就必须马上找数据来研究，找出现象背后的道理，然后再进行股市预测。这种根据象、数、理得出的股市预测极有参考价值。

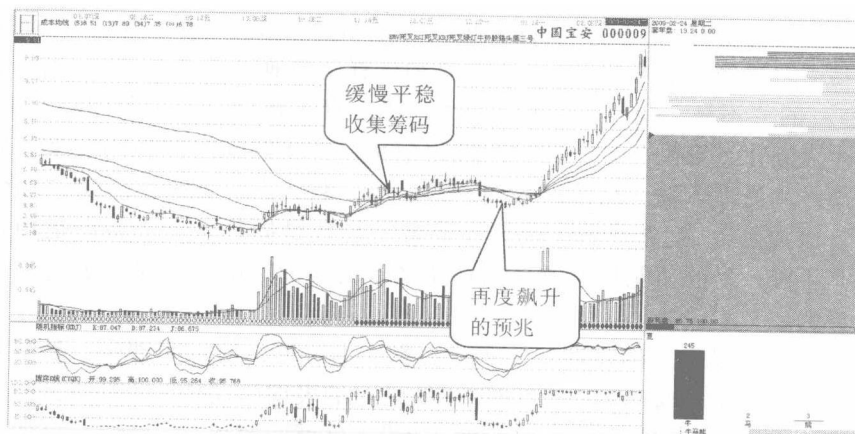
案例 3：



易经的智慧：

- A. 其实任何一只股票上涨都会发出预兆，只在投资者能不能细心地发现。
- B. 再度飙升前的预兆也是清楚的，只是要看投资者的智慧和胆量。

案例 4：



易经的智慧：

- A. 股票大涨前的预兆从周线上研判是多么清楚呀。
- B. 当巨大的财富机遇来临时，相信的人总是很少，大部分人总在自作聪明地怀疑这个怀疑那个——这就是自作聪明没有智慧的人。

当然《易经》在股市的运用也会有测不准的时候。原因是：首先，过



去不会变，未来会变化，测定之后的股市会变。其次，人为的力量，股市的预测准确后主力庄家也会反方向操纵。最后，科技的力量难料。预测一家上市公司，本来一直是某行业的龙头老大，在同行业有核心竞争力，可是由于科技的发展，一家从来没有听说的新公司出现后，取代了原来在该行业处在龙头地位的上市公司。还有国家政策的变化，世界格局的新变化，天灾人祸等，都会改变股市的预期。所以，《易经》用在股市测不准是正常的，在正常情况下还是能测准的。当影响股市的因素发生了变化后，我们只能把预测当做参考依据，从而顺应股市的新变化，调整操作思路。这才是在股市正确运用《易经》智慧的方法；才是真正懂得《易经》的股市狙击高手。

第三节 易学的太极思维法

《易经》是先民智慧的结晶，中华文化的总源头，是古代济世经邦的宝贵经典，充满辩证智慧的哲学著作，打开宇宙奥秘的金钥匙。它的功能总括起来应该是两条：一是认识论，即认识宇宙，认识人类，认识万事万物。二是方法论，教人如何顺应自然，改造自然，造福人类。易学不仅是治国平天下的谋略之术，更重要的是教人“诚意、修身、正己、齐家”。学习《易经》是为了开拓人的思维，规范人生，指导人生和社会实践（如股市实战狙击）。我通过自身的研究、应用和实践，证明《易经》不是一部“难经”，而是一部容易学习之经。学习易学的人首先必须认真反复地阅读《易经》，先应明白《易经》的“不易、变易、简易”三大原则，真正领会它的“阴阳对立统一、五行生克制化、天人合一”的三大理论精华，并要能随时随地用它来指导自己的思维和处理事物。从而以易的“理、象、数、占”四大法宝来“探颐索隐，钩深致远”，运筹帷幄。易理、易象、易数是体是基础；易占是用是技法，是手段；易的功能是通过易的运用体现的，而易的用却又是通过易的理来指导的。

易理即《易经》的哲理。理无形无影，不可见，何以明理呢？易学是通过象、通过阴阳、通过五行以明理。《易经》的表现形式是8个基本卦，以象征万事万物所适宜的物象，所以叫做“象”，这就叫卦象。《易经》已明明白白对象作了直截了当的解释：“象也者，像此者也。”象是一种相像，而不是一种“是”。如相片是一张图像与你相像的照片，但它不等于“是”你。八卦就是采取这种类比的方式，以其自身的爻象和卦象的模样告诉你事物的情状，故言“八卦以象告”。如当我们见着离卦时，根据其卦象和三个爻的阴阳虚实的位置，马上就可以联想到许多事物。如离卦两阳爻在外，一阴爻在内，那么凡是外实内虚、外硬内软的物体或事都归类于离卦。因此见了离卦我们



想到食物时就马上联想到蟹、虾、贝壳、龟、鳖……想着果类时马上联想到核桃、板栗、花生、石榴、柑橘……想着物件时马上联想到皮球、气球、轮船，甚至城市街道、高速公路等。当然还可根据离卦的卦性而联想到太阳、灯光、火、红色、花、漂亮的女人、礼貌……八卦是一种万物的归类，这就是我们东方人不同于西方人演绎思维的归纳思维方法。当我们要使用时，只要从中提出相应的信息予以还原展现，即是这种思维运用在股市进行狙击。

易学是一门变通的学问，一种指导人认识事物的思维方法，有效地适应事物变化及解决问题的方法。

就是在易学占卜预测中，也只应存在一种思维方法，而不是存在一种死板的固定模式，即套路。方法是灵活多变的，不同情况不同对待。作为现代人要“古为今用”，学习易学应删繁就简，要“大道致简，返璞归初，返璞归真”。必须实现当代易学和应用的现代化改革，要与当代的高速发展的信息时代合拍，从而还易于民，道济天下，造福社会和人类！要做到这一点不可行？完全可行。因为《易经》“易则易知，简则易从”，我们只要紧紧抓住“易知简从”这基本特点来认识它，来学习掌握它就行了。易源于象，无象无易，归象于易；易的本质就是象，我们认识了卦象就容易掌握易。象是用一种图形、实体、动作、语言来表现，当我们看见这种象以后用语言将它直接读出来，用文字表述出来，如同幼儿园、小学一二年级的学生看图说话、造句、作文一样。让我们丢掉繁琐的复杂的方法，直接返回到初始的、真实的阶段，你看见什么就说什么。这难道不是一件很轻松容易的事，人人都能做到的事么？如看见《解》卦，对应天气就读为雷雨交加，对应出行则读成动则有险，对于人则读成急中生智，等等。这就是根据卦象、物象、动象等所显示的象和数，直接读出事物的结果的便捷、快速、准确的方法。把八卦的卦理、卦象、五行、方位时空与现实的决策或调整对象有机而又巧妙地结合起来，达到有效地认识和改造世界的目的。

八卦给人的仅是一种形象，而其内在的意义才是其本质的东西。作为易学人士观察事物是不同于常人的，应该以辩证的眼光，以道观象，以象言事，倡导对事物的总体的认识。事物的现象给人只是一种表象，我们要透过这个现象运用易理作指导，看清其本质的内在的东西。这就要求对八卦、八卦图的悟懂、悟通，重视阴阳学说及五行生克制化规律的具体运用；采用对卦象，物象直观、直读的简明扼要、化繁至简的最基本思维分析方法。

当我们掌握了八卦之象，掌握了八卦图，去对应所有的事物不会没有什么不知晓的。易曰：“极数之来之谓之占”，“阴阳不测之谓之神”。我们能运用阴阳之道，至神奇奥妙、变幻莫测的就是神。



一、《易经》是宇宙的法则

古人曾言：“不读易不可为将相。”在皇家《永乐大典》、《四库全书》的编列中，《易经》均居首位，将易学视作何等重要。那么，《易经》是什么？占卜家说它是占筮书，气象学家说它是天文气象书，农业家说它是农事书，历史学家说它是历史哲学书，而文学思想家说它是一部文字优美结构严谨的人文书……众说纷纷，就如瞎子摸象各言其是。《易经》是一部无字天书。“易是先民的一种科学，一种符号逻辑，代表了数理的，宇宙生命、个人生命的作用，是叙述人类太阳系统的宇宙中，日、月运行的一个大法则。”《易经》被称为群经之首，是宇宙代数学，智慧中的智慧，包括了科学、哲学、宗教，一切都含蓄了。对中国的哲学、史学、文学、艺术、伦理、宗教，以及天文、历史、数学、医学、气功等的发展产生了重大影响，在中国和世界文化史上享有极高地位。老子道家的“无为而不为”的思想、佛教“色不异空，空不异色，色即是空，空即是色”的思想，都是易学的阴阳辩证对立统一观。天地间易经的哲学没有迷信，可是却有宗教家绝对的严肃精神。《易经》说的是宇宙、社会、人事最高的道理，便是最普通最平凡的道理，历史上人们一直用它来指导安邦治国齐家修身。只是由于文字艰深，过于精练，在芸芸众生中学易者就不多，“百姓日用而不知”了。

二、《易经》的理论、原则和法则

历史上《易经》有三种：1. 神农时代的《连山易》；2. 黄帝时代的《归藏易》；3. 周文王被囚羑里所作的《周易》。《连山易》、《归藏易》已失传，现在所言的易经即是《周易》。

《易经》有三大理论精华：

(1) 阴阳对立统一：任何事物都存在着阴阳两个面，既对立又统一，互根互换。

(2) 五行生克制化：将世上一切事物都归类于水、火、木、金、土5类，它们相互制约相互生成。

(3) 天人合一：人和宇宙信息全息，互补调谐。

《易经》有三个原则：

(1) 不易：任何一种事物总是常常处在相对稳定状态中，这时事物内部阴阳两个对立面处于相对稳定之中。

(2) 变易：任何一种事物，当它内部阴阳双方在矛盾斗争中由量发展到一极值时，必会出现质变。

(3) 简易：宇宙间天地自然法则本来就是简朴平易的。

《易经》有三大法则：



(1) 理：即易理。《易经》中的哲理，探讨宇宙人生的能变、所变与不变之原因。

(2) 象：《易经》中用卦象、爻象来表现世界生成发育万有现象，从中寻求其变化的原则。

(3) 数：河洛理数，是现象中的数理，推演它的变化过程，而知人事与万物的前因和后果。

掌握了《易经》的三大理论，明白了三个原则，就可以用三大法则来认识事物，适应事物，依据易经的法则来察往彰来，探颐索隐。也就是可以运用易学进行占卜，即现代人说的预测的。

这里必须强调只有用易学理论和原则作指导，运用易学法则进行预测的，才叫易学（或周易）预测，否则不能称为易学预测。

三、八卦是宇宙万物运化的最高标志

大家都知道毛泽东在《矛盾论》中阐述唯物辩证法时说道：“任何事物都由矛盾着的两个对立面组成，他们既对立又统一，在一定条件下无不向着自己的对立面转化。”实际上他阐述的这一个唯物认识论的基本法则是我们先人早就有的唯物世界观和辩证法，是易学思维的基本观点。伟人毛泽东用现代语言来叙述清楚它。他所说的两个对立面即我们上述的事物两种阴阳对立的属性，八卦的天地、雷风、水火、山泽4个阴阳对立面，万事万物发展变化无不由于阴阳对立面的相互转化而形成新的对立统一。

易学概而言之两大功能：第一大功能为认识论，即如何认识宇宙自然、社会和人生；第二大功能为方法论，即采取什么样的态度、方法和手段来适应或改造自然、社会和人生，求得最好的生存和发展。

易学的表现形式为八卦，整部《易经》从头至尾就是说卦解卦。《易经》由伏羲创八卦，文王被囚羑里演易而作卦辞爻辞，即《易经》的经部分；孔子写出学易心得，称十翼，即《易经》的传部分；由经和传两部分组成我们现在学的《易经》，也称《周易》。由于《易经》文简意深，文字古繁，今人不易理会读懂。但要学习易学及周易预测又必须读《易经》，为了便于学习，不少学者将古《易经》用白话译出。由于全部《易经》是说卦，卦是《易经》的核心，要理解《易经》首先就必须学好卦，理悟卦，看活卦，能随时随地用八卦对应万事万物，解释万事万物的运化，从而成为人生命运和事物（或股市）的主宰。

第四节 易经智慧在股市中如何运用

运作整理行情，必须训练自己快速反应的直觉，抓住盘中快速变化的机



会。首先，是锁定几只绝对的中线黑马个股，熟悉这几只个股主力的操盘手法，然后采用下跌阴线买入；不下跌没有阴线时一定要坚决空仓，耐心等待该股下跌阴线时果断买入。然后等该股放量上涨时阳线卖出，再次等待下跌。如此打短线，每周可获利 5%，一个月可获利 20%。这才是短线高手所为。当然，这种操盘手法资金量不能过大，如果资金过大时，主力就会反向操作。

一、运用易经的象、数、理预测股票

运用《易经》有三大原则：

(1) 不易：任何一种事物总是常常处在相对稳定状态中，这时事物内部阴阳两个对立面处于相对稳定之中。比如股票的横盘。

(2) 变易：任何一种事物，当它内部阴阳双方在矛盾斗争中，由量发展到一极值时必会出现质变。比如股票的涨跌。

(3) 简易：宇宙间天地自然法则本来就是简朴平易的。预测股票涨跌变化的最高境界是返璞归真。

运用《易经》有三大法则：

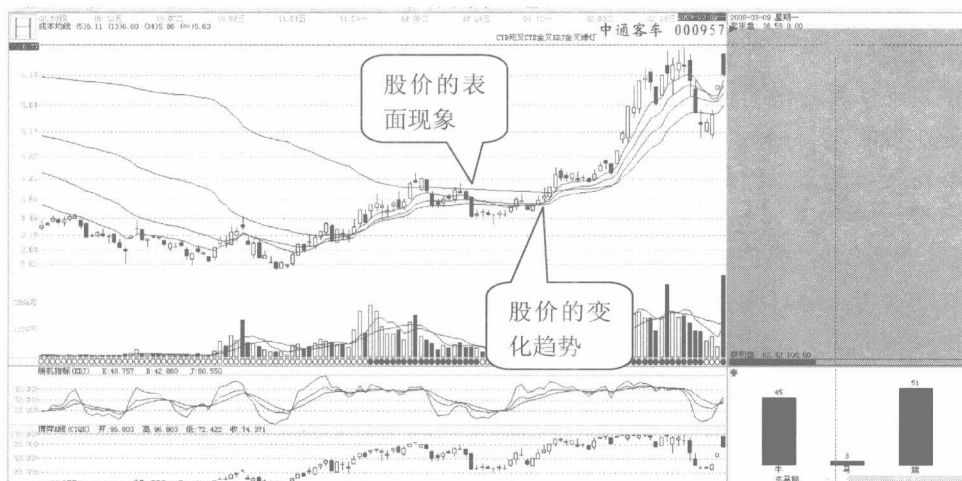
(1) 理：即易理。《易经》中的哲理，探讨宇宙人生的能变、所变与不变之原因。同时也是探讨股市变与不变的原因。

(2) 象：《易经》中用卦象、爻象来表现世界生成发育万有现象，从中寻求其变化的原则。即股市的表面现象——股价趋势。

(3) 数：河洛理数，是现象中的数理，推演它的变化过程，而知人事与万物的前因和后果。即数据，论证股市变化的数据。

1. 可参与的股票

案例 1：

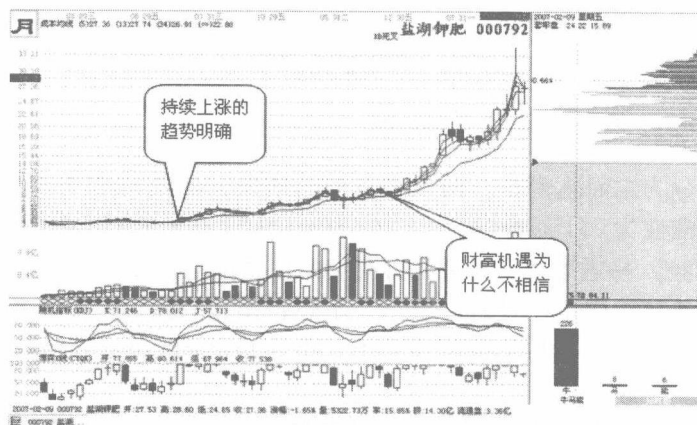


易经的智慧:

A. 从现象看该股与众不同, 然后找数据来论证该股确实与众不同, 未来能上涨, 是该上市公司有核心竞争力, 未来能持续发展。这就是论证得来的道理。

B. 运用易经的智慧是从现象到本质, 认识股票最真实本来面目的认识论和方法论。

案例 2:



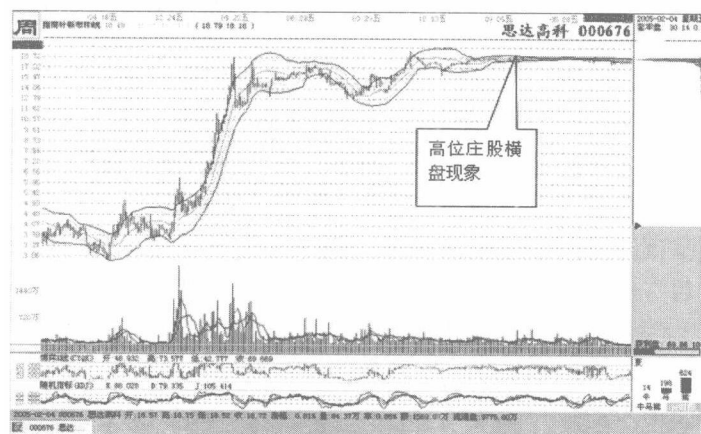
易经的智慧:

A. 现象显示该股与众不同, 数据论证该股有核心竞争力, 道理说明该股有超级主力机构长线介入, 最后推理该股必然上涨。

B. 易经的智慧在股市的运用是用来判断股票的变与不变, 未来会怎么变的道理的智慧。

2. 不能碰的整理行情个股

案例:



易经的智慧：

A. 同样的缩量横盘现象，可是该股为什么就不能碰呢？我们看该股的现象显示该股大幅上涨是因为主力庄家太贪心而把股价拉升得过度了。主力机构违背了天道人意，市场再也没人与庄家主力玩这个游戏了，成了大家都明白主力庄家没穿衣服，只有主力庄家自己还假装不知道的现象。

B. 从股价趋势现象来看该股会下跌，找数据来论证说明该股上市公司没有核心竞争力和成长性。数据论证的道理是该股死期将至，暴跌是迟早的事情，所以不能碰该股。这就是易经的智慧在股市实战中运用之妙。希望投资朋友们多体会，一定会有更多妙不可言的感受。

二、易经智慧运用于股市

太极一分为二而生两仪，两仪相重而生四象，四象再重爻而生八卦，八卦再相重而演变为六十四卦。

从《易经》易理来说，易理告诉我们的信息都是以过程为主的，灵不灵，心诚则灵。迷信、侥幸、投机、取巧，不想付出，只想收获的心态，容不下半点诚意。所以说，灵与不灵不在卦上，全在自己的心态和行为中，卦只是引个路而已。

善易者是真正理解到《易经》的本意和内涵的人。《易经》的本意和内涵是什么？我认为有三：一是“易与天地准”，易理就是自然法则；二是海纳百川，能与各种行进文化相融，相通；三是与时俱进，常释常新，从古至今，依然与人们的生活保持零距离。

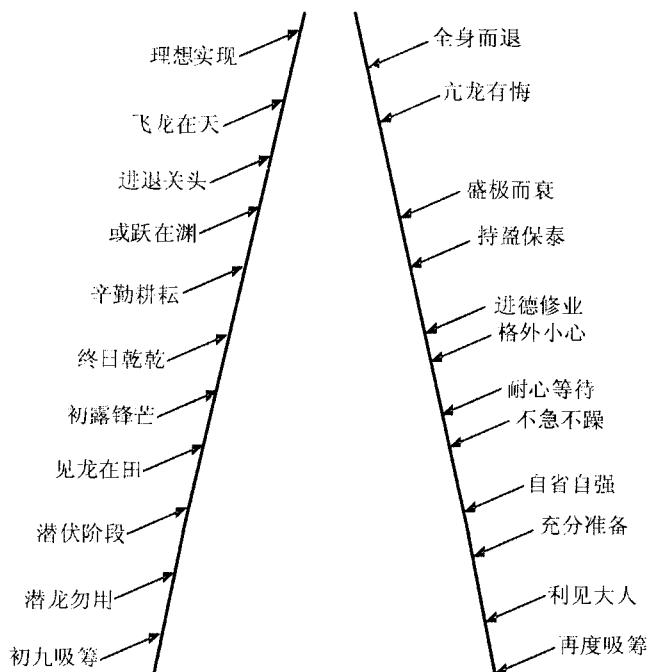
我认为善《易》者就是重过程，不重结果。同样的过程和经历对于不同的人结果是不一样的。比如：同样两个人在股市做10年股票，结果肯定不一样。一个人可能是经过10年股市的风风雨雨的磨炼之后成为股市投资专家；而另外一个人可能10年在股市赔得所剩无几，再也不愿意谈起股市，并且谈股色变。

我们都要紧紧围绕“《易》与天地准”这个中心，把六十四卦看做一个自然法则，承载生活的完整的体系，而不是遇一卦解一卦，遇一爻解一爻，以词解辞；而是爻跟卦走，卦跟乾、坤走，乾、坤跟着“易”，“易”则跟着天道走——“《易》与天地准”，故能“弥纶天地之道”。

现在对宇宙的研究是无头无尾的，你也无法发现它的头，也无法看到它的尾，它所包含的不知要延续多少年，延续、发展到哪个程度。我们即使对《易经》的开始能找到一个局限性的文字依据，我们也无法找到作《易》者当初是怎么想的、怎样观察的，依据是什么。但是无论到什么时代，《易》都具有无穷的生命力。



股市运用过程：



潜龙勿用——见龙在田——终日乾乾——或跃在渊——飞龙在天——亢龙有悔。这就是一个非常明显的过程。我们再来换一种方式排列，那就是：

潜伏阶段——初露锋芒——辛勤耕耘——进退关头——理想实现——盛极而衰。

低吸建仓——初期试盘——震荡上攻——拉高出货——全身而退——行情结束。

按照易经的规律及大自然的规律顺势而为才是上策。二十四节气出自中国传统文化的宝贵遗产《易经》，《易经》研究的是宇宙的规律，而二十四节气是大自然的规律。有人可能会认为二十四节气与股市没有联系。这种想法是错误的。宇宙有规律，大自然有规律，世间万物有规律，股市当然也有其运行规律——即使是中国特色的股市也有中国特色的规律。我们在股市实战中只是借鉴传统文化中研究宇宙规律、大自然规律的思路和方法，而不是去僵化套用，这才是古为今用的科学方法。中国股市在许多历史问题没有解决前，每年只作一波中级行情；作完后清仓出去旅游，休息半年，等股市有人自杀时，再度进场低吸自己从K线背后研究透彻了的黑马个股。要想在股市聚集巨额财富，需要极大的胆量和格外的小心，更重要的是一定要顺势而为。



初九：潜龙勿用。

象曰：潜龙勿用，阳在下也。

1. 过程：初九，潜龙

(1) 游戏规则：初九

①为什么称初九是游戏规则呢？因为“初”是本卦中的开始一爻，也是最下一个爻位。

②“九”，是阳爻的名称，所以是“潜龙勿用，阳在下也”。虽然为阳爻，但身居下位，就得遵守规则；暂时将阳气潜藏于渊，就是这么一个规则。“阳在下也”，下位有下位的规则，初有初的规则。

(2) 非常手段：潜龙

①“龙德而隐者也。”将阳气潜藏于渊，将龙德隐形于内。这是它的第一个非常手段。

②“不易乎世，不成名乎。”第二个非常手段就是不因为世俗改变自己的初衷，也不追求那些虚名。

③“遁世无闷，不见是而无闷。”默默地培植内力，修炼内功，而不闷闷不乐，不郁郁寡欢。这是第三个非常手段。

④即使不被他人理解，也不愤愤不平。《三国志》中，当年诸葛亮在隐居的卧龙岗亲自耕种，喜欢吟诵《梁父吟》。诸葛亮身高八尺，常常把自己比作管仲和乐毅，但当初没有人相信他，而他并不以为然。只有徐庶几位好友了解他，把他比作“卧龙”。卧龙不就是潜龙吗？

⑤“乐则行之，忧则为之。”遇到忧虑而不顺遂的事，随即摆脱它，不生烦忧，懂得放下即是修炼的真功。

⑥“确乎其不可拔。”坚定信念，始终不为外物所动摇。这就是潜龙。这是6种非常的手段，有了这6种非常的手段，那你就始终能把握办事的过程。

2. 结果：勿用

(1) 一种表层意义上的占断，爻辞指出本爻的结果是“勿用”，即不可用，不能用，不必用。实际上就是不要行动，这是它表层的意思。

(2) 深层意义上的结果是什么样的呢？从字面上看，这是一个肯定的卜辞。如果有人计划办一件事，本来信心满怀，各方面条件也具备，如果卜到了这一卦，那不是遇到一瓢冷水吗？误人的前途呀。所以说，善易者的占卜，是从另一方面运用的——也就是透过“勿用”字面的含义，解密其深层面的真传：“勿用”不是不用，而是暂时不用；不是不行动，而是暂时不行动；不是不为，而是为了大有所为。因为尚在初九阶段，时机尚不成熟，自己的内功尚不厚实，阳气尚未充满丰盈；对于这种状态，必须隐忍，潜藏，厚积薄发，等待时机。



3. 选择

上面已经讲到结果，这个结果就是“勿用”。但要注意一个问题，这个“勿用”并非叫你完全不用，叫你完全不行动，而是叫你暂时不要行动。所以第三个问题就是选择了。怎么选择呢？

如果只选择结果，“勿用”即不可用，不能行动。这样的选择只能是坐冷空山。

注重选择过程，待机而用，厚积薄发，不是不可用，而是准备大用；不是不可为，而是将要大有作为。

这是很关键的选择，所以说，“勿用”的深处正在积蓄大用的远大理想和宏伟规划。这里有一个选择的余地，这一爻给了我们一个非常大的选择空间。假如你仅仅是看了这个卦辞“勿用”你就给人家下一个结论，叫人家别干了，别行动了，那样人家就没了选择的余地。选择过程就有了选择的空间。

尽管明明白白地摆出了两种截然相反的结果，有两种选择，尽管人们都愿意选择后一种结果，但是，实践中却并非如想的那么容易，说也容易，想也容易，但做起来并不容易。要想真正获得一种好的结果，明明是“勿用”，却能用，这是一种“大用”、“大有作为”的潜龙。所以说关键就是要选择好下手处，而不是看表面文字。下手处是看过程，注重实践中的每一个环节，每一个步骤，不忽略每一个可能发生的问题，这就是过程。

善易是从大的层面，从深层面动用占卜，注重的是过程——潜。把握潜的时机、潜的态势、潜的工夫与潜的妙用，就是善易者。他就是把握这个过程，他对潜的目的、潜的时间、怎样的潜、为什么而潜都占卜得清清楚楚，明明白白。

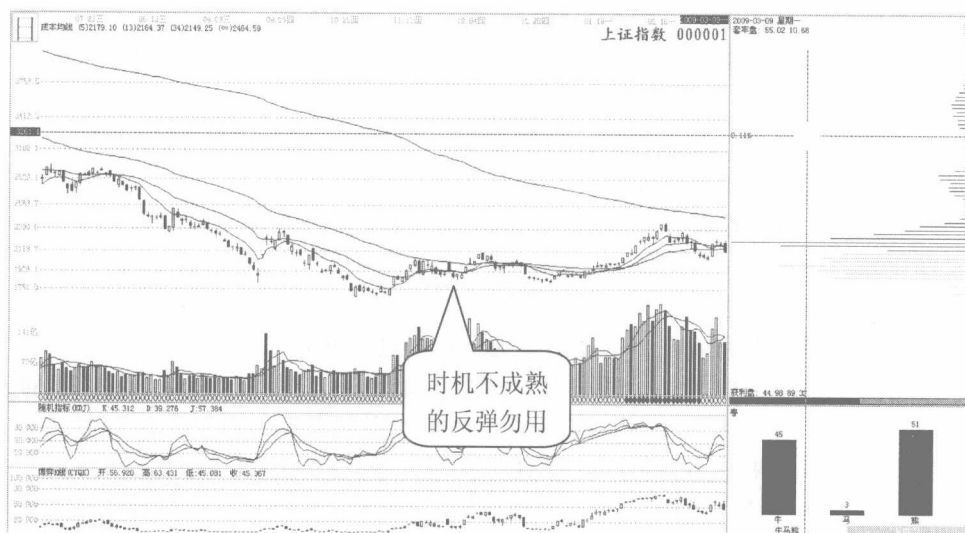
另外一种选择是功利者从小的层面动用占卜，只看结果——“勿用”，因此就望词生畏，与机会擦肩而过。

所以，这一爻就讲了这些，从游戏规则里第一是“初九”，另外它有6种非常手段。你没有手段就没法去竞争，没法去达到你的理想。讲“勿用”是为了“大用”、“大有作为”。也就是说当股市的大趋势是向下的时候，就应该把精力放在仔细研究上，潜心修炼，而不要为每个股的小反弹而误了后面大势反转的大机会。学习《易经》的目的就是要学会放弃股市的小机会，耐心等待时机成熟后去抓准股市的大机会；因为做小事与做大事是两种不同的思维方式，如果成天就是想眼前的小利，结果只能是在股市被套，在股市只能是越来越被动。做大事者是不会为眼前的小利——即股市的小诱惑——所动的，一定会耐心等待股市真正的大势反转时机的成熟，才会出手行动。这就是做大事与做小事者不同的非常手段。如果没有非常手段，你能达到“大有可为”的目的吗？那是肯定达不到的。假如没有一个纯正动机，不去考虑它的空间，不考虑它的弹性，那我们就不能从“勿用”里得到一种



“大用”、“大有可为”的信息。所以《易经》所告诉我们的信息是深层次的信息。

案例：



九二，见（现）龙在田，利见大人。

象曰：见（现）龙在田，德施普也。

1. 过程：九二，见龙在田

（1）游戏规则：九二

①多为阴爻之位，现为阳爻。这就是阳爻居阴位，不当位，似违反了易理的游戏规则。

②这个二爻居下经的中位，所以，九二虽不当位，但居中位；因为中，所以刚而能柔，柔而能正。这就是“德而正中者也”。这是“文言”里的一句话。

③二爻为地面之上，初爻合起来为地，初爻为地下，二爻就为地表；在地之表，气就开始升至地面，开始有作为了，圣人之德也能显现出来了。

④九二与九五是一应的，能得到九五的帮助，所以就有了“利见大人”的机会。

⑤根据以上的规则，此时的潜龙可以跃出地面，可以崭露头角，初露锋芒了。这里的前提是根据这些规则，因为这些规则对自身有利才可以跃出地面。虽有一个不当位，但是，得中呀，所以是能有的机会。

（2）非常手段：见龙在田

①第一：“庸言之信，庸行之谨。”日常说话持守信用，日常行为谦恭谨



慎，这是一种手段。

②第二个手段是“闲邪存其诚”。警惕邪念，控制杂念，心存诚实纯一。

③第三是“善世而不伐，德博而化”。有成绩和贡献时不夸耀，以博大的德行赢得社会的信任，以倡扬天下的文明。

这就是三个非常手段，我们可别轻视这三个手段，之所以称为非常，就是因为它有其厉害之处。这些非常手段都是它的“象辞”、“文言”中总结出来的。我不需要照原文去解释，我认为这样大家会更容易去理解与接受。如有兴趣可以读原文。

2. 结果：利见大人

①表层含义：有人解释为“有利于拜见大人物”。他们把“大人”解释为大人物。

②深层意义上的结果：我认为，“大人”应为众人、大众。为什么是众人、大众呢？因为即使是伟大人物，开始也必须得到民众的认可和拥戴后，方可见到“大人物”，然后再做“大人物”。龙是离不开水的，众人、大众则是水。“鱼儿离不开水”，就是说不要脱离群众。这里引用《尚书·尧典》的一个记载：

尧在选任百官时说：“可以考查贵戚中的贤良之人，也可以推举地位低微的贤能之人。”尧说了此话后，众人就向尧帝进言说：“民间有个处境贫困的人，名字叫虞舜。”

尧说：“是的，我也听说过这个人，他这个人的德行怎么样？”

四方诸侯之长说：“他是东宫瞽叟的儿子。他父亲心术不正，他的后母说话不诚实，他的弟弟又很傲慢，对他非常不友好。而舜却能长期与他们和谐相处，并且将这个家治理得非常好，用孝行美德感化他们。我认为如果让他来治理国事，不至于坏吧。”

帝尧说：“让我试试吧！我要将我两个女儿嫁给舜，可以从我女儿那里考察舜的德行。”于是，尧就将他两个女儿娥皇、女英嫁到妫河的转弯处，成了舜的妻室。

由此可见，舜的孝行美德首先是得到一般民众的认可和传诵以后，才得以“利见”尧帝的。如果不是先“利见”民众又怎能传到宫里，让那些大臣诸侯对他有了了解，甚至尧帝也听说了。所以，这个利见的大人，应该是众人、大众、民众。

下面还有一个例子。

东汉的曹操他是怎么当上官的呢？他不是通过科举考试的。当时汉代有这么一个规矩：在几年之间选一次孝廉，然后千中选一人提拔为郎官。曹操就是这样千里选一而为郎的。我想大家可从这两个故事中，更加了解“大人”的意思了。



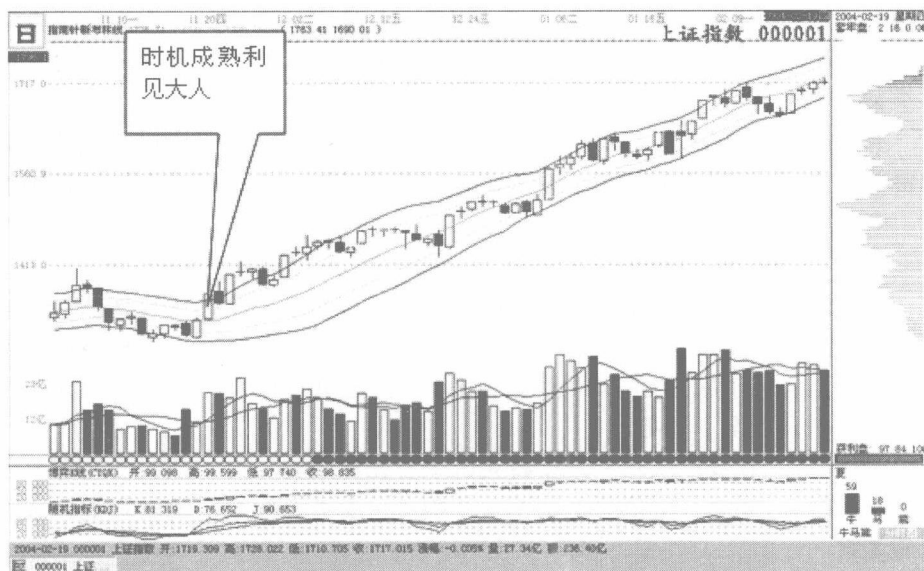
“见”这里是读“现”，“见”是“施行”的意思，并非见到什么，而是将自己的善行美德施行于乡里，表现于大众之中，使大众认可。

“利”，我们应该弄明白，是对谁有利。从表面上看是对居于二爻的“见龙”有利。它从“潜”到“见”，表面好像是对“见龙”有利。我们一定不能搞错了，这个里面掩藏了第二个东西。利，首先是对大众、对社会有没有利。如果他的德行，他的所作所为对大众、对社会没有利，或是有害的话，那他又怎能得到众人的认可和推举呢？又怎能从中获利，进而利见大人呢？这是先予后取的关系，还有一个小利与大利、眼前之利与长远之利的关系。

利，是先对社会、对大众有利，然后才能对自己有利。利是双向的，是利与益相生相存的。先利于天下者也必获益于天下。

我们对利不能仅看表面，仅仅占卜一下凶吉那就完全歪曲了我们老祖先的本意。他们的本意是围绕道和德来的。

案例：



3. 选择

(1) 只选择结果

一种只是侥幸地坐待机会，幻想见到大人物，奢望能获得某种殊荣；有的人甚至于想一些歪的手段，如有的人用行贿的手段梦想见到某位“大人物”。如果是占卦后而这样想的话，那对卦的了解太浅薄了，太不了解了。如果我们仅从卦的表面去解释的话，是有什么大人物将会让你遇到，或他来找你，那样就会误人不浅的。

有人在大街上找占卜的人占一卦，说将会遇到贵人，这贵人会怎样怎样



有利。可回到家后左等也不来，右等也不来，连贵人的影子都没看到。这不是误人吗？而且使人怀疑我们祖先几千年的经典力作。这种占卜对真正的“大人”根本不识得，结果就无法“利见大人”了。当股市大盘指数进入到底部区域时，就要开始准确、主动创造机会，争取抓准第一波大幅反攻的热点板块的龙头股，主动出击以“利见股市第一牛股这个大人”。

(2) 注重选择过程

第一，“见龙”是见机而动，把握“现”的时机。

第二，“在田”是面对现实，面对大众，崭露头角，初显身手。

第三，是先以善性美德施行于众人，利益于社会，然后自然得力于众人。

九三，君子终日乾乾，夕惕若，厉无咎。

象曰：终日乾乾，反复道也。

1. 过程：九三，终日乾乾

(1) 游戏规则：九三

①九三，阳爻居阳位，位置得当，但刚得过重。因为这里又是阳位，又是阳爻，所以是刚中又刚，就是刚得过重。刚对刚，两败俱伤。

②九三位于下卦的上位，与上卦的上九不相应，有盛极必衰的趋势，“上不在天，下不在田”。“上不在天”是指不在九五的位置上，“下不在田”是指不在九二的位置上，它是处在中间吊着。这个规则对它有点不利。

③上述规则告诉我们：居此爻位者，必须终日勤勤恳恳，时时警惕自己。这里是上也不能得罪，下也不能得罪。下面为什么不能得罪呢？下面的九二居在中位。上面九四，在上卦，而且在九五尊位的身旁，也是不能得罪的，所以还是勤勤恳恳，时时警惕自己为好。这个规则有它不利的一面，也有有利的一面。

(2) 非常手段：终日乾乾

①“君子进德修业。忠信，所以进德也。”言行如一，增益品德修善。

②“修德立其诚，所以居业也。”修饰言辞，讲话文雅一点，文明一点，以诚待人，以信立业。

③“知至至之，可与几也。”预知时机已至，即全力以赴，把握机会。

④“知终终之，可与存义也。”知道该终止时，即适可而止。

⑤“是故居上位而不骄，在下位而不忧。”对于尊贵的地位，不居功傲慢；处于卑微的地位，不自卑，不忧愁。

⑥“故乾乾因其时而惕，虽危无咎矣。”终日勤奋努力，不懈怠。

⑦夜夜“三省吾身”，检讨自己，惕厉自己。

⑧“与时偕行”，这是本文中最非常的手段。能做到“与时偕行”者还有什么事不能办到呢？



你做到了“与时偕行”，那么你想办的事，都能办到。这就要求先做一个非常的人，然后才能行这个非常的手段。

2. 结果：无咎

这个结果是——“无咎”。这是一个结果，但我们不能只看这个表面的结果。前面已经讲了对结果的看法，这里不重复了。

(1) 表层含义：无咎就是没有过错，没有灾难，平安无事。

这是表面的含义，是万事平安。那深层的含义是什么呢？

(2) 深层含义：

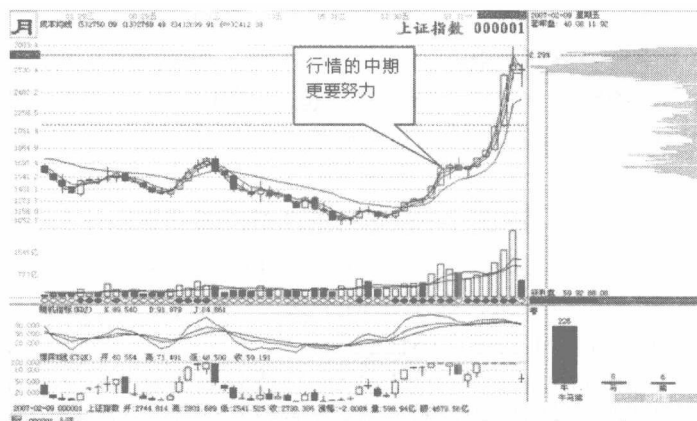
①首先是“无”字。“无”的另一面是“有”。无与有之间的变化是非常微妙的，有时它们是可相互转化的。无与有之间一方面是截然相反，背道而驰，一方面又是一个整体，是一个事物的两个方面。二者在事物的变化中，刹那间就能互为转化，“有”会变为“无”，“无”也会变为“有”。

②深层的结果是“咎”。“咎”是事物的表象，它的另一面是人的德性和行为，也就是过程。咎是由行为引起的，所以有“咎由自取”一说。“咎”是由自己招来的。

③“无咎”是有条件的，而不是命中注定的，不是卦中注定的，也不是爻中注定的。爻辞只是个指路的“牧童”而已，要达到“无咎”的结果，还是要看看过程。看过程的实施操作，既不违背游戏的规则，又能实施非常的手段，这样才能达到“无咎”。

④咎由自取。同样道理，“无咎”也在人自己的行为中，而不是在爻辞的字面上。只看结果者，有可能自取其咎；这就有不看过程的因素在里面。只有注重了过程的人，才会自取无咎。

案例：



3. 选择

(1) 选择结果——只知道“无咎”，不知为何“无咎”。



(2) 选择过程——“终日乾乾”，继续奋争；“夕惕若”，注重修养，自励、自省、自强。

当股市大反转的行情来临后，第一波反攻行情需要进行整理时，应先行出局，更加勤勤恳恳地研究下一波热点转向股市的哪个板块，时时警惕自己不要取得点小成绩就骄傲自满为好。

九四，或跃在渊，无咎。

象曰：或跃在渊，进无咎也。

1. 过程：九四，或跃在渊

(1) 游戏规则：九四

①九四是阳爻居阴位，阳刚居于柔中，刚中有柔，柔中有刚。

②九四为上经卦的下位，又接近九五的尊位，就像一位公司总裁或总经理身边的一个位置。或者是股市涨至一个中级行情的大波段尾声。

③“上不在天”，五爻与上爻为天道。“下不在田”，初爻与二爻为地道。“中不在人”，这里应该是已在人道！三爻与四爻是人道！但四爻又接近了“天”，有一种在君之侧；因为它不是始终想在原位上，也想往上攀。所以讲，“中不在人”，应为“心不在人”。

④以上的规则给九四许多疑虑。

(2) 非常手段：或跃在渊

①“或”是什么意思？《文言》曰：“或之者，疑之也。”“或”与“惑”同义，为疑惑、困惑的意思。疑惑，并非完全是坏事，因为有疑才会有悟。古人云：“小疑小悟，大疑大悟，不疑不悟。”通过疑能得到悟，这也是一件好事。所以有疑惑就有思考，有思考就证明有头脑。头脑清醒，就能审时度势，当进则进，当退则退，当跃则跃，当“在渊”时便“在渊”。

②有时身居高位，有时跃入低谷，并不是行为中有什么邪恶所致，而是可上可下，上下可居的一种修为。有非常修为的功夫，这也就是非常手段。

③有时前进，有时后退，并不是脱离群众所致，而是可进可退，进退有据的处世准则：任何时候都紧紧依靠“大众”。

④有“跃”作为思想境界的飞跃，作为进德修业的功夫。

有古诗云：“数十年来曾辛苦，为君几下苍龙窟，屈！屈！”诗中的“君”即自我之称。

2. 结果：无咎

(1) 从表层意思来看：没有过错，没有困难，进退无忧。

(2) 深层意思：从深层意思来看，要想达到“无咎”这个结果，必须具备几个条件：

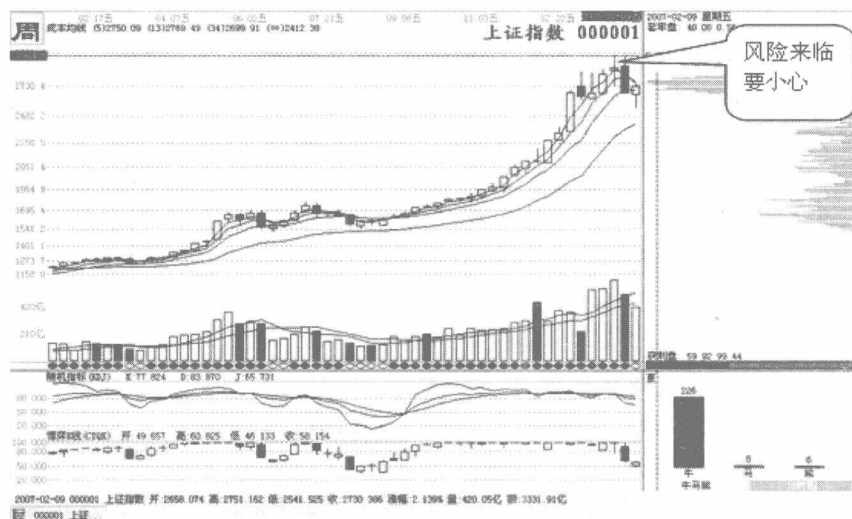
①疑惑中敢于思考，不回避矛盾。



②思想境界有多高，就能跃多高，这是成正比的。这里我们不能把“跃”的意思太浅化了。

③审时度势，把握有利时机。知进知退，可上可下，退则“在渊”，龙不离水，实际上这就是不脱离群众（大人），退也是退到群众中来，与群众打成一片；群众也就是水。也就是说当股市涨至这个波段的高位时，我们要考虑撤退的事情了。跃则一飞冲天，直上“九五”之位。这就是要跃就跃上九五之尊位。这里我再强调“渊”的含义，渊是指处在群众之中，就是“利见大人”，众人。

案例：



3. 选择

只选择表层意义上的结果。如果只是表层意义上的结果，只知其“无咎”，不知其所以“无咎”，只依赖于“无咎”，而不知去努力创造“无咎”的局面。

注重选择深层意义上的结果，则正是选择了过程；只有注重过程，才能真正实现“无咎。”

九五，飞龙在天，利见大人。

象曰：飞龙在天，大人造也。

1. 过程：九五，飞龙在天

(1) 游戏规则：九五

①九五，这是阳爻居阳位，又居中位，是典型的中正之位。刚健得中，不偏不倚，纯粹精微，所以称君位。“九五之尊”一词来源于此。

②“九”是阳数的最高位，“五”是阳数里最中位，虽高但居中，故为



“尊”。

③得此位者，能“与天地合其德，与日月合其明，与四时合其序，与鬼神合其凶吉”。

④上述的规则对本爻都是有利的。

(2) 非常手段：飞龙在天

①“同声相应，同气相求”。与见解相和者，能产生共鸣，与意趣相同者相互吸引。

②“水流湿，火就燥”。像水那样谦恭向下，一往无前；像火那样热情常有，青春常在。

③“云从龙，风从虎；圣人作，而万物睹。”处世能使万物感应，务断能使天下归心。

④“本乎天者亲上，本乎地者亲下。”以天为本，蓬勃向上，以地为本向下扎根。这也是一非常手段。

⑤“先天而团弗违，后天而奉天时”。务事，先于时又能符合天道法则。办什么事，能赶在时间前面，而且也会把握机会，不与机会错过。如后于天时，又能把握天赐良机。换句话说，抢在时间的前面，但没有违背天的规则；落在时间的后面，依然处在常规之中。这一手段就是恰到好处的非常手段。

2. 结果：利见大人

①表层意义的结果是：利于见到大人物。这都是许多占卜者都想得到的表层结果。

②深层意义上的结果：

此处的“大人”与“九二”中的“大人”相比有很大区别；此处的“大人”也是大众，但它更广泛，层次更高。九二中的“大人”只限于某一个地区、某一单位、某一行业的内部，甚至于某一个人际圈子。而“九五”的“大人”则可指全省、全国，乃至全世界，甚至从历史往后延伸。

主体与客体。这点我们必须搞清楚，有许多人是将“大人”比做“飞龙”自己，我不是这么认为的。

我认为从初爻到五爻，再到上爻，“龙”始终是主体，龙象征某一个人，或某事件，或是某一单位，或是某一产品。这个龙是主体，那么谁是客体呢？这里面讲的“大人”是客体，这里的主体就是龙，龙以“我”为中心。如果将主体为“大人”，那好像也讲不过去，那也就是将主客颠倒过来了。

此时的“龙”，已经是业绩辉煌，名声显赫，受到更广大民众的认可和拥戴。“利见大人”就是受到了广大民众的认可和拥戴。

“龙”的伟大德行，大利于众人，利益于天下，这才是“利”的含义。这里的利，就是大利了。

如：在中国共产党的领导下，解放了全中国，使中国人民站起来了，使

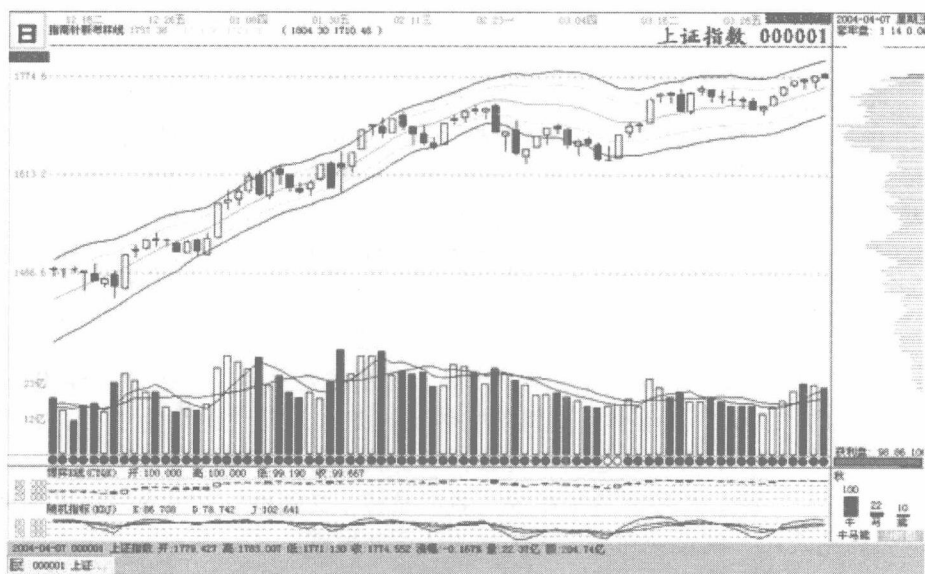


中华民族屹立于世界民族之林，这就是大利于天下。

3. 选择

我们应该从这么一个角度去选择。有人讲：“不想当将军的士兵不是好士兵。”但是，能说每一个梦想当将军的士兵，都能成为将军吗？那肯定不能。那么一个想当将军的士兵，他没有当上将军，他就不是一个好士兵吗？当然不是这样。所以我们从这里认识一个问题，就是讲“九五”之位的人是宝塔尖上的人，是民族的精英，人人都想去追求。在潜龙之时就已有这么理想：我就是想登上“九五”高位。但没有登上去，能说这是失败者吗？不能。因为我们已经为这个宝塔添砖加瓦了，这就看我们如何将这砖、这瓦加在某个重要、关键的部位，并起到一定的作用。这其实也是成功，也是一种胜利，也是利于天下；你的位置，在历史上的位置，在社会上的位置同样也是“九五”之位。我们应这样看，我们不能狭隘地去看，我们不能认为一个人成功了，那么其他人都是牺牲品，都是陪考的，这是不对的。一个人“利见大人”，也离不开这一群人。这是共同的，对这个选择，我们每一个人不能为自己的选择而后悔。你只要是重过程，你在过程中实实在在有利于大众，有利于社会了，你即使是作了一个陪衬，即使是作了一种牺牲，同样是无怨无悔，同样有其社会价值，同样也是“利见大人”，同样也是登上了尊位，受到了人们的尊重。

案例：



对于股市狙击高手来说，此时是功成名就、全身而退的最佳时机。从股市高位清仓出局是最难的事情，人总是希望在高位多留一会儿，可是多留一



会儿只有后悔。

上九，亢龙有悔

象曰：亢龙有悔，盈不可久也。

1. 过程：上九，亢龙有悔

(1) 游戏规则：上九

①九位已是本卦中最高位，也是最末位。

②本卦六个阳爻至此是阳气将消，阴气将长，说明“龙”飞得太高，成了“亢龙”。

③因为离开了“九五”的尊位，所以此爻是“贵而无位，高而无民，贤人在下位而无辅。”

上述的规则，均对本爻不利，所以下面必须采取非常手段。

(2) 非常手段：亢龙有悔

①这里所以称“亢龙”，是指只知道前进，而不知道退守；只知道生存，却不明白死生；只知道取得，却不知付出。这是成为亢龙的主要原因。你能找到这些原因也是一种手段。

②“贵而无位”，是离开了“九五”之位，“高而无民”。此爻已是阳消阴长、盛极必衰的末位。这是成为亢龙的演变过程，如果能扭转这个演变过程，那也是一种非常手段。

2. 结果：有悔

(1) 表层意义上的结果是：既不能上升，也不能下降，进退两难，以至于后悔。

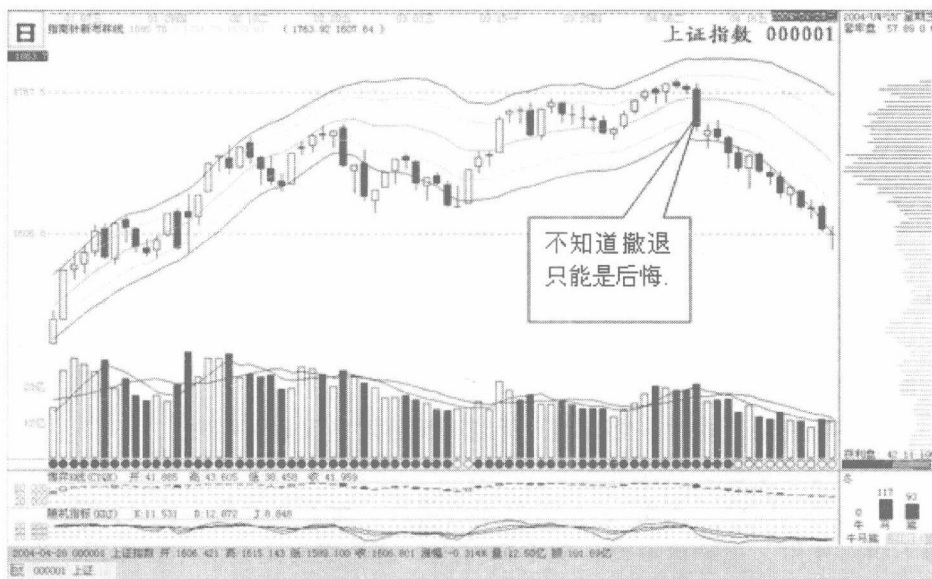
(2) 深层意义的结果是：

①此时的悔是这里之后才有的吗？实际上是“九五”时就已酿成的。因为“九五”居尊位，君临天下，往往得意忘形，不能居安思危；盲目发展，盲目上升，结果成了“亢龙”。一下飞太高，超过了自己的极限，承载不住，势必悔。作为一名股市狙击手如果在一个波段高位不撤退的话，最后的结果只有后悔。即使后悔时也不要心存幻想，也要果断清仓出局，否则连后悔的机会都没有了。

②飞龙是能量充足，能胜任负荷；一旦成为亢龙则表现为超越了自己的能量的极限，不胜负荷，难以支撑高空的飞行了。这里当然是一种比喻，但这比喻却告诉了我们真实的意义。



案例：



3. 选择

这个选择只有一种：唯一的选择是在“九五”之尊位时，居安思危。可见过程重要，因为没有重视过程，所以后面就有了“亢龙有悔”的结果。

在“九五”之位时，事业兴旺，得意之时，就要居安思危。在股市一波行情的高位，进退有度，能全身而退。防止自己走到“亢龙有悔”这一步。从过程中去把握自己，争取不让这种结果出现。所以过程是很重要的。

乾卦与坤卦都有“用九”与“用六”的断语，在其他六十二卦中是没有的。

用九，见（现）群龙无首，吉。

象曰：用九，天德不可为首也。

这里我只简单地讲一下，因为乾卦里面讲的“龙”与后面坤卦中讲的“马”，都是一种比喻。实际上讲的是《易》的德行，也就是天道的德行。天道的德行是前不见首，后不见尾的，只能看中间。就像群龙朝一个方向飞去，看不出谁是龙头。另外，它还表现在我们的生活中间。

例如一个单位里，有总经理，有总裁，那么“见群龙无首”，怎么还有总裁、总经理呢？这不就是有首吗？实际上，不是这个意思，这里就是看“用九”的“用”字上。“用”是指整个的过程，在整个的过程中，谁最重要？是大家都重要，谁都离不开谁。功劳、成绩是谁的？是大家的。在实施的过程中每一个环节都很重要，一个都不能忽视，就是最差的员工、最次要的环节都不要忽视。总裁与总经理只是分工不同而已，总裁，但不能独裁；总经



理，但不能总经办。

下面，对乾卦的占卜分析作一总结。

1. 全卦的过程

潜龙勿用——见龙在田——终日乾乾——或跃在渊——飞龙在天——亢龙有悔。这就是一个非常明显的过程。我们再来换一种方式排列，那就是：

潜伏阶段——初露锋芒——辛勤耕耘——进退关头——理想实现——盛极必衰——低吸建仓——初期试盘——震荡上攻——拉高出货——全身而退——行情结束。

这就是全卦的一个简单的排列过程。这里我们再看看全卦的结果。

2. 结果

(1) “元者，善之长也，体仁，足以长人。”

这里善应从广义上去理解，有时想做一件好事，这只是狭义上的“善”。而这里的善是指：天地初开，天以阳光、雨露和空气来滋生万物。这是一种大善。“体仁”，就是人法天，去效法这个天。“长人”就是滋养人的德行，滋养人的善行。

(2) “亨者，嘉之会也，足以合礼。”

这“嘉”是指非常好的东西，就是祭祀时所献的玉几、玉猷、玉币等制品。“嘉之会也”，就是最好的供品集中起来，“足以合礼”，那些供品只不过是一种象征。“合礼”也就是大家的言语、行为，大家相互之间的交往，都是最佳的，合于仪，合于礼。

(3) “利者，义之和也，足以和仪。”

这个义是“规则”。没有规则，如何能获利呢？要想获利首先按照规则去做。这个规则就是先有益于社会，先有益于大众，然后才能自己获利，这就是和。

(4) “贞者，事之干也。……贞固足以干事。”

事是指人类的活动，是正常的活动，是生产、生活、学习、工作等。这里的“干事”必须要正，要干正事，要有正念，正思维，正行为。

3. 选择

“天行健，君子以自强不息。”

“天行健”是天道运行的过程，“自强不息”就是君子之道修炼的过程。

我们选择哪个过程呢？要选“自强不息”这个过程。这个过程是效法天的，是效法“天行健”的。所以我们最后总结到乾卦中“元亨利贞”四德，就是对这一卦的评价。如果你占到这一卦，“哎呀！这一卦好”，心中高兴得不得了。好在哪个地方呢？却不知道。这个好是怎样来的，也不知道。怎样才能获得这个好，还是不知道。这样是不行的，我们必须知道好到哪个地方。我们应知道，它的“善”是大自然的善，它的“嘉”是出自雅音的“嘉”；是礼貌待人，按



游戏规则办事。想获得好的利，首先是有利于社会，有利于众人，有利于他人，这样自己才能得到利。再一个是必须正，动机要正，方法要正，心态要正。这个好就在这些地方，你必须按这个去做。你必须注重过程，去自强不息。也只有按这个过程去做，你才能得到“元、亨、利、贞”四德。这四德是通过一个艰苦的修炼而来的，不是天上掉的，不是这一卦送给你的。

古希腊哲学理念中也有“四德”，即智慧、勇敢、公平、节制。智慧就是“元”，有勇气就能亨通，公平就能双赢，有节制就能正固。

如果得了这一卦千万不能存有“侥幸”心理。得了这一卦后，你马上想：“哎呀！大吉大利了，我好运亨通了。”我们不能这样想，而要告诫自己格外要勤奋，格外要谨慎，格外要修德。因为你不去修好德行就载不住这个卦，这个卦蕴藏的信息到了你身上就会慢慢被蒸发掉。越是得到好卦就越要去修德，以德来涵养它。

地——地势坤，承载万物。

母——母慈；柔顺。

母牛——顺从；任劳任怨。

天与地，乾与坤；天为主，地为顺；乾为主，坤为顺；天先行，地后行。君子有所行动有所作为，君子有所作为，但不能先行，要善后，不善先。因为你不能先于天而行动，如果你先天而行动，那你会迷失方向，你不知道怎么转哪！你只有跟着天转，你才知道往哪个方向运行，你就有主了。

只有顺从天道，不与天道争先，才不会迷失方向，才能得到“主”。有了“主”心中才能平静。“安”实际是静的意思。心里平静才得以安定，“安”就是平静。

“神无方而易无体”。自我迷失，或是就是假如我当家，就会起妄想、起贪欲、起邪念，就会说错话、做错事、走错路。甚至一念之间，一失足而成千古恨。

乾、坤两卦。乾、坤两卦要围绕“易”，“易”要围绕天地之道，“易与天地准”。

只要它是阳卦，就必须与乾卦对应；阴卦必须与坤卦对应。这就是讲六十四卦以乾、坤为准，乾坤以《易》为准，《易》以天地为准。

震为动，“动万物者，莫大乎雷”。坎为陷，为险，“润万物者，莫大乎水”。

这里引申为人人都有智慧。但智慧哪去了？为什么每一个人的智慧不一样？因为被覆盖住了，被烦恼和贪婪的欲念障住了。

通过对《易经》智慧的了解，就可以清楚地看到中国人的智慧比西方人要高明得多，但是西方的工具比中国好用。而《易经》的智慧就是怎样用好工具的思想体系。职业股市狙击高手应该应用《易经》的智慧来用好各种西方的金融工具，回避股市风险，顺其自然地在股市轻松获利。



第八章 机构博弈

第一节 基金公司

一、提前介入

虽然基金存在着大量问题，但是目前中国证券市场上基金还是最有实力的机构，是最有发言权的主要机构。随着市场博弈各方的转换，原先占据主导力量的私募基金渐渐退出历史舞台，而数量日趋庞大的公募基金越来越成为市场真正的主力博弈方。因此，处于非基金阵营中的任何一方，若想战胜市场，唯有真正了解基金。

关于基金的主要特点是组合投资、集体决策和业绩至上，这与私募基金的坐庄模式完全不同，从而决定了我们的投资策略也须作较大改变。目前基金的投资策略是集中持股，联合坐庄。

一般庄股跟庄的特点是工夫在盘中，以是否有新庄介入为决策依据；尽管买进的价格不可能是底部，但仍然可以获得理想的收益。但基金则不同，基金只关心公司的发展前景，或者说是未来业绩的增长。但由于市场面临更大的扩容压力，因此基金也只关注一年最多两年内的盈利前景。说白了，基金只买进业绩有可能在一到两年内快速增长的公司。基金的这一特点表明，如果我们找到了基金建仓的品种，然后在相对的高位介入，最终很可能是要成为被套一族的。因为基金不会像庄家一样将股价往上做，尽管基金的建仓过程会导致股价的上扬，但一旦基金退出购买行列，股价一般都会下跌，因此我们很可能买在相对头部。当然，在股价回落一定幅度以后基金也许会补仓，但补仓的力度不会很大。如果大盘持续下跌从而导致整个市场的中心下移，那么以业绩为衡量标准的基金极有可能将目标股的预期定位降低，从而让我们无法解套。

因此我们必须改变策略，关键在于变“事后跟进”为“提前介入”。其实就是买在基金之前，让基金为我们抬升股价。当然，要“提前介入”的话，主要工夫就在盘外了，必须将主要精力放在公司基本面的研究上。

实际上我们不可能找到基金还没有发现的在短期内业绩突飞猛进的股票，毕竟基金公司养着一大帮研究人员，这些公司不可能逃得出他们的手掌心。



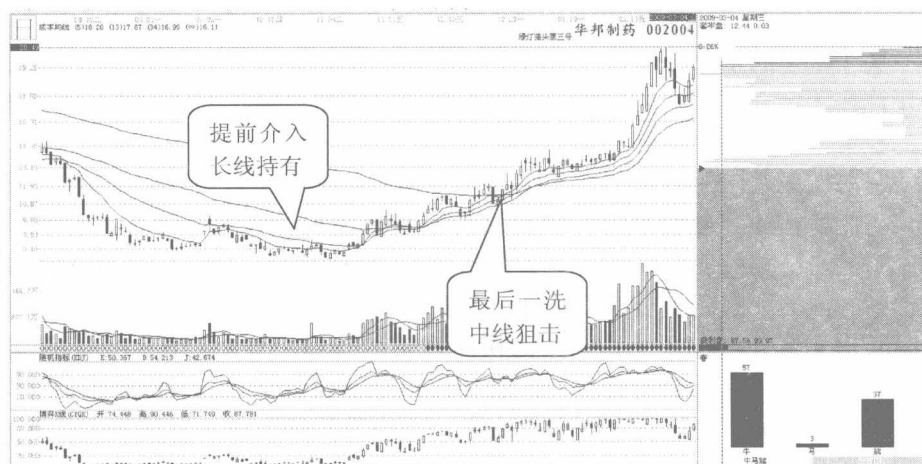
但有一点是可以肯定的，基金不可能很早就建仓，这就给我们战胜基金提供了有利条件。

比如某公司去年增发，投入的项目前景很好，明年将出效益。这一点基金的研究人员肯定知道，但基金绝不会在去年公司增发时就建仓。因此，我们一方面紧紧跟踪公司基本面的变化，另一方面还须提前一年左右跟踪盘中的买卖盘变化，寻找合适的时机抢在基金之前介入。

2005年年底公司因大量持仓某股而排在2005年年报的十大股东前列，但到2006年半年报该股的十大流通股股东全部被基金和券商垄断，表明基金动手比我们晚，结果是公司在该股上获利超过五成。但同样参与的另一家公司却并没有引来基金入驻，因为公司的基本面正在发生变化，并有可能使该股在2007年被带上ST的帽子。但该股最迟从2007年起将步入业绩的增长通道，因此2007年它将是我們重点关注的股票。

“提前介入”的操作方法2006年已经为公司带来了很大的回报，表明在新的时期这种方法的确有不错的效果。

案例：



机构博弈：

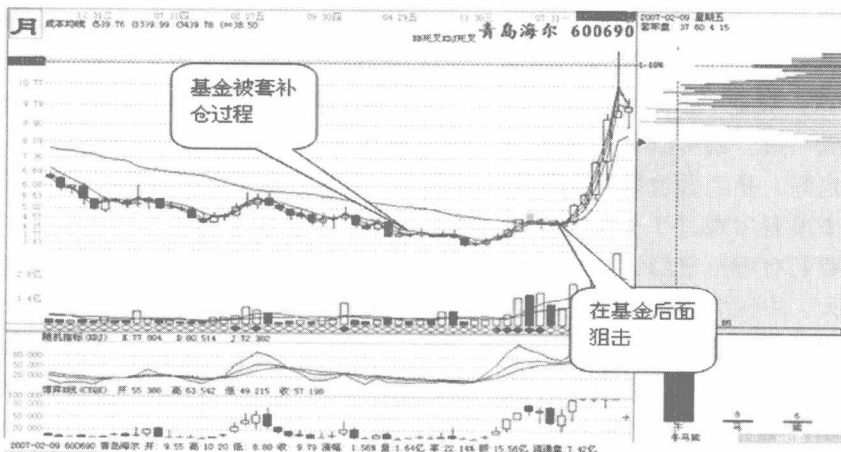
- A. 选择基金看好的股票逢低吸纳提前介入，也是一种较为有效的狙击方法。
- B. 基金的选股思路一旦形成，在短时间内难以改变，也难以调整，否则在其投资理念上就会陷入哲学上的逻辑思维混乱。股市狙击高手要充分利用基金船大调头难、调头慢的特征进行股市狙击。

二、让我们走在基金的后面的

基金公司买入后的行业龙头个股，短线回调到位后，低吸建仓介入，也是一种较为实用的方法。



案例：



机构博弈：

A. 在基金被套后再介入进行狙击，也是一种在股市实战中可行的思路。

B. 在证券市场基金买入股票后被套是经常的、正常的事情。等基金买入股票被套后，再选择能先成为市场热点板块的个股进行狙击，才是高手所为。

2005年2月2日、3日、4日，在春节长假休市前的3天，股市在政府“救市”的政策利好的支持下出现了放量反弹，股指从沪市1187点快速反攻至沪市1270点。周K线一根中阳线，确立了世纪大底反转行情的开始，打响了世纪大底反攻行情的第一枪。世纪大底的中、长期四重大底是不用怀疑的，但是在四重世纪大底来临后，如何跑赢大盘指数，是投资者需要思考的现实问题。为了理顺思路我们还是从反思开始。

投资者在经历了绝望、希望、失望三部曲后，本周一股指探至1187点，在投资者完全绝望后，在利好消息刺激下股指开始反攻。那么，目前股指的点到底是不是中期底部，是一个什么样的底部？这是首先要搞清楚的重要问题。笔者认为目前大盘指数的点是在世纪大底的底部区域。原因如下：首先，股指在中国经济刚刚好转的情况下，连续上涨了5个月，在所有的投资者都认为中国股市牛市已经来临时，又连续下跌了5个月，从起点又回到了终点，让所有的投资者都来了个透心凉。这种连续5个月的股市下跌是较为少见的（除了2001年6月股指从2252点暴跌的那次外）。而目前大量个股价位是在历史上股指的千点以下，因此，沪市1300点只能看做是1000点。在目前这个点位是所有的证券公司的资产都是负的情况下，除非中国股市彻底崩盘，否则，沪市1300点左右的区域只能是世纪大底。我们回顾中国股市的整个历史趋势，连同本次的筑底，自股指2001年6月2252点下跌以来，经历了4次筑底，而这4次筑底每一次筑底总是要有意或无意地跌破上次底部的点位。



第一次探底是2002年2月初，探至1339点；第二次探底是2003年1月，探至1312点，破上次的最低点位；第三次筑底是2003年11月中旬，最低探至1307点，破上一次最低点；第四次筑底是本次2004年9月13日，最低探至1259点，破上一次最低点，也跌破了沪市的1300点。我们把这4次探底的低点连成一线，就可以清楚地看到，这4重历史大底是一次比一次低。不管是有意也好，是巧合也好，纵观全球证券史，4重大底是很少见的，100多年来还从来没有出现过5重底的股市趋势。

我们有理由坚信：在中国经济整体向好，中国经济以不可逆转之势发展的今天，中国股市的1200~1300点左右区域就是世纪大底。虽然本次在投资者绝望的自杀斩仓行为下破了沪市1200~1300点，但这种自杀式的地板价斩仓可以看做是市场无效行为。换言之，本次在沪市1300点以下斩仓的投资者都可以说是自杀的无效行为。可笑的是基金公司中也有人加入了这次沪市1300点以下的自杀行为，才导致了大盘指数跌破了1200~1300点。为什么说是在基金公司在1300点以下做空自杀行为导致大盘指数跌破了1200~1300点呢？原因是基金公司在本次股指高位1700点上方判断失误，并没有出货，而是建仓等大盘指数跌至1400点时才明白。于是基金公司在1400点以下才开始抛出大盘指标股，如长江电力、中国石化、宝钢股份等之类的大盘股，害得不明真相的投资者是心惊肉跳，到了精神崩溃的地步。这才引发大盘指数在跌无可跌的情况下跌破了沪市1200~1300点。

笔者这一观点从本轮行情的发动可以进一步得到证实。本轮行情的发动是在基金看空的情况下，由先知先觉的民间资本私募基金发动的。这一点从本周大幅上涨的股票投资者就不难看出。笔者作为学术研究并无意说基金公司的坏话，只是想通过事实分析真实的情况，便于后市投资者跑赢大盘指数。

通过深入研判，可以看出本轮行情的主动权掌握在民间资本的手中，基金重仓股上涨的机会较小，再加上基金公司由于高位持仓较重，手中可用资金也并不多，没有能力发动行情。当然，等基金公司调整思路后，基金公司持有的个股会有少量股票能大幅上涨，而基金重仓的大部分股票涨幅不会太大。大量的基金重仓股在本轮行情中肯定是不能跑赢大盘指数的。既然是世纪大底，既然是牛市行情来临，股市的行情肯定不会是几天就结束。投资者只要多一点深度思考，就能打赢股市的持久战。

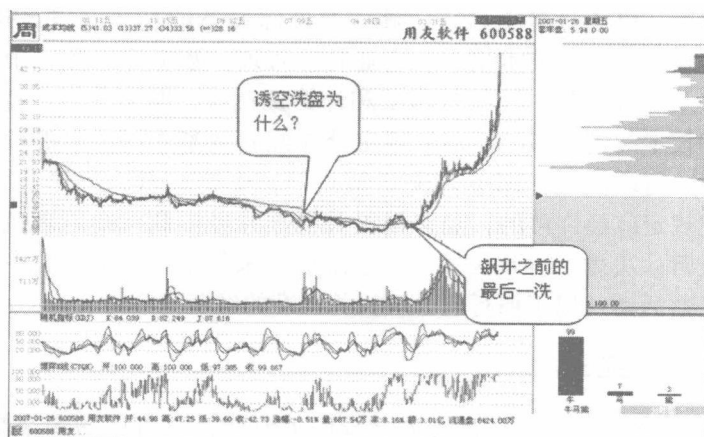
目前的股市趋势已经明确了股市大牛市的来临。每次行情的大牛市洗盘总是在盘中完成，并且KDJ等短线技术指标总是无效或钝化。这些大牛市的特征在本次反攻行情中都得以体现。为什么大牛市会是这种特征呢？原因很简单，因为大牛市行情来临的初期，有些投资者还没反应过来。但是随着行情的上涨，越来越多的投资者反应过来了，于是每次的盘中回调不断有人买入，特别后反应过来的机构是不会错过任何一次盘中回调抢筹的机会。因此，



大牛市行情中许多短线技术指标都是无效的。这种情况下，千万不能参照短线技术指标操作，尽量以逢回调买入，持股为主。当然大牛市行情来临的初期大量个股普遍上涨，投资者无法判断哪些个股能跑赢大盘。即使这样，在牛市中可以追涨但不能杀跌，牛市中每次的杀跌都是错误的。笔者认为：作为股市的短线狙击高手，在大盘指数跌破 1200 点时，就是开始进场进行股市狙击的信号。此时，可以走在基金的后面，选择基金公司前期套牢的股票中近期能成为反攻行情中第一波黑马龙头的个股介入，进行狙击。无论如何，基金目前还是有实力，是可利用的股市二级市场上的机构。

第二节 上市公司

案例：用友软件



一、公司简介

北京用友软件股份有限公司是根据《中华人民共和国公司法》于 1999 年 12 月 6 日在中华人民共和国注册成立的股份有限公司。公司营业执照注册号为：1100002511925。经营范围为：电子计算机软件、硬件及外部设备的技术开发、技术咨询、技术转移、技术服务；企业管理咨询；数据库服务；销售电子计算机软硬件及外部设备。1999 年 10 月 29 日，经北京市人民政府京政函〔1999〕133 号文批准，由原北京用友软件（集团）有限公司的 5 家股东北京用友科技有限公司（以下简称“用友科技”）、北京用友企业管理研究所有限公司（以下简称“用友研究所”）、上海用友科技咨询有限公司（以下简称“上海用友科技咨询”）、上海益倍管理咨询有限公司（以下简称“上海益倍”）和上海优富信息咨询有限公司（以下简称“上海优富”）作为发起人，将原北京用友软件（集团）有限公司依法变更为北京用友软件股份有限公司。



经中国证券监督管理委员会 2001 年 4 月 18 日签发的证监发行字〔2001〕28 号文批准,公司利用上海证券交易所交易系统,采用上网定价方式向社会公开发行人民币普通股。公司本次向社会公开发行的人民币普通股每股面值为 1 元,发行数量为 2500 万股,发行价格为每股人民币 36.68 元。公司已于 2001 年 5 月 8 日取得了重新颁发的营业执照,注册资本为人民币 10000 万元。

公司于 2003 年 5 月 20 日召开的股东大会决议通过的关于 2002 年度利润分配议案,以 2002 年年末股份总数 10000 万股为基数,向全体股东每 10 股转增 2 股,共计由资本公积转增股本 2000 万股。转增后,公司的注册资本从人民币 10000 万元增加至人民币 12000 万元。此次股本变动业经中磊会计师事务所有限责任公司进行验证,并于 2003 年 12 月 8 日出具了编号为中磊验字〔2003〕0008 号的验资报告。公司已于 2003 年 12 月 18 日取得了重新颁发的营业执照,注册号为 1100001511925 (1—1),注册资本为人民币 12000 万元。

经营范围:电子计算机软件、硬件及外部设备的技术开发、技术咨询、技术转让、技术服务、技术培训;企业管理咨询;数据库服务;销售电子计算机软硬件及外部设备,销售打印纸和计算机耗材;图书零售。自营和代理各类商品和技术的进出口,但国家限定公司经营或禁止进出口的商品和技术除外;法律、行政法规、国务院决定禁止的,不得经营;法律、行政法规、国务院决定规定应经许可的,经审批机关批准并经工商行政管理机关登记注册后方可经营;法律、行政法规、国务院决定未规定许可的,自主选择经营项目开展经营活动(以工商行政管理机关核准的经营范围为准)。

二、发展经过

1979 年,15 岁的王文京走进大学校门的时候,对自己的未来毫无预知。他不怎么喜欢自己的会计专业。

22 年后,王文京创办的用友软件公司以创纪录的每股 36.68 元价格发行 2500 万股,上市第一天就冲高 100 元;握有用友 55.2% 股权的王文京身价也随之飙升了 10 倍,达到 50 亿元,成为“知识创造财富”经典故事里的标准主角。谈及自己的创业经历,王文京一点儿也不显得意气风发。“一生只为一件事。专注,坚持,又赶上了好时代。”他说,“就这么简单。”

1983 年,王文京从江西财经大学毕业,因为是财政部直属院校,被分配到国务院机关事务管理局。他的想法很简单:认真工作。

1985 年,会计专业毕业的王文京参与了国管局组织的“行政财务管理信息系统”项目开发;两年后,这个项目获得电子部部级鉴定,软件推广到 100 多个单位。王文京也因此被评为“中央国家机关先进会计工作者”,还涨了一级工资——6 块钱。1988 年,中国会计协会召开“会计电算化发展研讨会”,王文京在会上发表了《走专业化、商品化路子,发展我国会计电算化》一文,



引起广泛关注。

王文京成了国管局机关里的“红人”，年轻，能干，周围的人都觉得他前程光明。但参加项目开发中的一些感受使王文京有了新的选择。在他看来，各个单位需要的办公软件都由自己的技术人员编制，低水平重复开发势必造成大量资金浪费，而且普及速度慢，维护困难；常常是一个技术人员调走了，他开发的软件也就报废了（没人会用）。王文京无师自通地悟到了软件工程的一些基本思想：软件需求分析、应用推广、规划、设计。更让他心动的是，财务软件肯定要商品化，这个市场会很大很大。

巧的是，那一年北京科技试验区成立，鼓励专业人员到中关村创办科技企业。王文京偷偷跑去参加了试验区在北京展览馆召开的成立大会，发现那里的气氛和自己的想法一拍即合，回来就递上了辞职报告。

1988年10月，王文京拉上自己的好友苏启强（现在的连邦软件老总），借5万块钱买了一台长城0520DH电脑，在中关村黄庄租了一间9平方米的房子，挂出了“用友财务软件服务社”的招牌。王文京白天跑客户，晚上编程序，干到12点多，在沙发上铺床被子就睡觉。第一次卖出一套7000元的软件，王文京和他的伙伴们高兴了半天。那时候他们的理想是10年内年营业额能达到3000万元。

王文京说，经营一个企业和做很多事一样，就是要把最基本的东西做好。那些最基本的东西看起来很简单，每个人都懂，但恰恰很多人没有把最简单最简单的东西做好。产品要做好，服务要做好，要善待员工……这些全是常识，是基础性的东西，但不是每个人都能做好。

1988年，用友初创的时候，王文京没有想过软件能成为一个产业，所以他给自己的公司起名叫“服务社”。“当时我只感到软件在世界上很有前途，财务软件在中国会有发展的机会。”从服务社到一家软件上市公司，王文京创造的不仅仅是个人的财富奇迹。

“重要的不是现在的起点高还是低，现在的规模大还是小，重要的是要去做。哪个企业都是从小发展起来的，认准方向，把握机会，坚持下去，一定会有大发展。”

坚持和专注，是王文京的经验之谈。1992年，邓小平南巡讲话后，深圳、海南刮起了一阵房地产风暴，很多人炒楼暴富。但凡有点儿富余资金的企业，都想到房地产领域里去试一把。当时，王文京的公司做得很艰难，业务有发展，但规模有限，工作还很辛苦，于是用友也拿出一部分资金去“多元化经营”。但王文京很快发现，自己在这个领域全无优势，他决定立刻抽身。重新坐到电脑前的王文京，从此心无旁骛。

在北京大学的一次演讲中，有学生问王文京：“在竞争特别激烈的软件业里，你怎么能保证自己对技术发展方向的敏锐？”王回答：“持续关注、学习，



和同行交流。”

王文京也曾经因为准备不足，错失技术升级发展的机会。1996年，Windows平台在国内大量普及，用友没有看到它日后的战略价值，没有及时使自己的财务软件与之匹配，由此遭受了不小的市场损失。而那些抓住这一机会的公司的市场占有率却迅速上升。王文京喜欢用“不断涌动的波浪”形容软件技术的发展：“这个行业经常有新的技术浪潮，如果新浪潮来了你没有及时抓住，你原有的成功优势就会很快丧失。所以要很敏锐地感知每一次浪潮，通过创新把握新的技术发展机会，才能保持自己的竞争优势。”

从1991年开始，用友软件高踞市场龙头地位，这把交椅一坐就是10年。这在市场竞争日趋激烈的今天，是个奇迹。“差不多两到三年，我们就要换一批主要竞争对手。每一次技术的变革都要重新划分市场份额，有的企业能把握住机会就上来了，把握不住的就下去了。对一个软件企业来说，跳上一个浪尖可能比较容易，把握住一两个浪潮也是可能的，但要把握住每一个浪潮却绝非容易的事。这才是真正的挑战。”凭着专注、坚持，王文京带领着他的“用友”一直站在浪尖上。

王文京的专注还体现在他和苏启强的分手上。1993年，苏启强觉得软件销售是个值得投入的产业，希望用友投入这个市场开发拓展。起初王文京一同参与许多新公司的筹建研究，后来觉得自己的兴趣还是在软件产品上，不想再“多元化”，于是退出了讨论。

这一次，王文京付出了与苏启强分手的代价。尽管今天谈及此事，王文京还策略地称之为“双赢”（苏启强后来的“连邦软件”的确也走得不坏），但一同睡沙发、吃方便面的朋友离开，一点伤害没有是不可能的。

“一家高科技公司，要始终保持竞争力是很难的。国际上王安、康柏、DEC都是例子。我希望用友成为有耐力的公司，而不是风风火火一阵子就不见了。”

2001年，王文京在硅谷演讲，提到两个数字：整个中国软件一年的产值不及硅谷Oracle一个公司一年的产值；用友一年的销售额不及微软一天的销售额。台下一阵笑声，王文京却说他笑不出来。

“一个企业要为自己的客户做，为自己的员工做，为自己的国家做。没有对国家、对民族的大抱负，企业是永远长不大的。”3年内成为国内企业管理软件和服务的最大供应商，10年内进入全球软件企业50强，成为一个国际性的软件公司——这是今天王文京和用友的理想。

那次王文京去硅谷，除了了解那里软件业的最新发展，就是想招兵买马。全世界通过CMM五级认证（CMM是软件企业工程化的一种国际性标准，五级为最高级别）的企业有25家，印度就有16家；中国只有一家，还是外资企业。美国一些中小软件公司都能在各种大型展会上展出自己的最新产品，



中国现在还没有什么软件企业拿得出像样的国际化的产品来。除人才外，国内软件业的整个规模都比较弱小，缺乏国际竞争力。

但经过了多年市场磨炼的王文京，如今面对困难，已经有了足够的定力和自信。首先他相信中国还有没发掘出来的巨大的市场潜力：如果5年内中国目前整体市场软件正版使用率从5%提高到20%~30%，软件市场年增长率就可以超过50%；如果目前中国软件市场按200亿元人民币计算，5年后就会达到1600亿人民币！

“中国已经到了可以出现大型软件公司的阶段。”王文京认为中国软件业有两大机会——发展应用软件，为软件工程提供服务。虽然2000年用友的销售总额只有3亿多元人民币，而全球软件业第50名厂商的销售总额有5亿美元。但王文京有自己的固执和决心：“我会用一辈子去做用友，它会成长得很快。”

王文京曾说，自己做事虽然慢一点，但希望做出来的最好的东西，好东西总会有好的回报。

王文京拒绝别人称他为企业家。他说：“再经过几年努力，把用友的事业发展得更成功、更好，成为世界级软件公司的时候再说企业家才够格。”

1997年用友就开始筹备上市。那时大陆上市还实行指标制，排队的企业已经排出了好几年，像用友这样的非国有企业几乎没有获得指标的希望。王文京也考虑过在香港上市，但考察的结果，王文京还是决定在内地A板上市，因为用友的用户都在大陆，在本土上市对企业长远有利。

那一段恰巧有一家国内软件企业通过买壳成功上市，许多等待中的企业变得焦虑起来，一种“不管手段如何，先上了再说”的浮躁情绪四处蔓延。那时候也有很多“壳资源”找用友，但王文京还是坚持要独立上市。“用友已经准备了10年，所以一定要做得纯粹一点，正规一点，减少不必要的负担。”

面对软件业最致命的人才流失，王文京一样能处变不惊。

1992年，王文京被打击过一次。他的一批研发人员集体跳槽到对手企业中去，曾让他深刻反思自己。“不是说有资本就可以做一切事，对于一个软件公司而言，更重要的还是人。”

这之后，王文京开始注重用友团队氛围的营造——员工其实是非常在乎自己所在的公司是不是一个立足长远、有发展远景的公司。1995年用友董事会制定了“三年规划，两件大事”：软件收入过亿元，建成用友软件大厦，1997年实现了；1997年，用友又制定了新的规划：2000年软件收入3个亿，公司股票上市。王文京说，当员工看到公司目标在自己手里一点点实现，会有一种特别的凝聚力。

“要想在任何一个行业出头，必须有沉浸其中10年以上的决心。人一生其实只能做一件事。”正是凭着这朴实而坚定的人生信条，王文京实现着用友软件商业化的梦想。



三、骑在牛背上的斗牛士

2001年5月18日,王文京庞大的个人身价突然浮现在公众视线中。在他所拥有的北京用友软件股份有限公司的上市之日,王文京的个人持股折合市值一度超过50亿人民币。如今这个数字仍在25亿左右。相对于微软、IBM、SAP、Oracle等中国人耳熟能详的跨国企业来说,用友的规模确实微不足道,尽管它已是中国最大的独立软件供应商。但与中国众多声称以房地产、农业或者资本运作起家的富翁们过于传奇的经历相比,王文京作为“知识英雄”的故事可信度高,对受过良好教育的年轻创业者来说显得更具参考价值。

更何况这个亿万富翁所占领的行业是如此刺激和富有想象力:它造就了一批全球最知名和最年轻的富翁;进入壁垒如此之低,能在很短的时间内超越行业内的成熟企业。

一位熟悉王文京的人士说:“王文京不过是骑在牛背上,他不得不随时注意牛的动向。一旦当他以为自己赢了,照样会被从牛背上抛下来。”这确实是王文京所在的行业所面临的真实环境。从他1988年底创办用友以来,众多的他所熟悉的大大小的国内对手们倒下去了,不少规模庞大的国外对手们同样在中国遭遇了滑铁卢。

但是王文京13年中一直待在牛背上。这个出生于1964年的江西人,并没有典型的“知识英雄”们的自由做派,也没有什么异乎寻常的独门技术。相反,这个穿深色西装、语调平淡的富翁,看起来面色沉稳,显得极富商业阅历。

迄今为止,王文京最大的成功在于白手起家,在一个不算长的时间内把用友变成国内最大的软件企业之一,同时在2001年获得了市场的丰厚奖赏——成功上市。现在,身为民营企业的用友挑起了“民族软件业的大旗”,不少人甚至希望用友在未来能带领中国软件业走向世界。

四、创新与平衡的关系

中关村有个说法,王文京的命好。但用友多年来能够坐稳本土软件业老大靠的肯定不仅仅是运气。保持创新与平衡,对一家软件企业是至关重要的理念。高科技行业的战略转折点是创新,是新技术的发展。它会改变整个产业的结构,整个生产的结构,也会改变这个产业里所有厂商的命运。事实上,每个产业都是在这样一浪一浪的风浪中起伏。你没有抓住这个机遇,没有创新,你就出局。

以用友公司早年赖以成功的财务软件为例,主导产品到现在已是第10版,从最早的DOS单机,然后是DOS的局域网的版本,然后是Windows的版本,然后是CAT版本。13年中,差不多每隔一年多的时间就有一个版本。王



文京说：“总体来讲，在我们这个行业里几次创新的机会我们都抓住了。所以才有了现在完全基于网络的 E2P 软件。只是在第二浪向 Windows 转换的时候，我们的动作稍有迟缓，一度陷于被动；幸亏后来调整及时。”

对此，王文京的警告是：在软件行业，任何时候都不要认为你已是领导厂商，因为你随时都会被淘汰。“早年间 DOS 系统做得好的还有一家万能公司，就是由于跟不上那次技术浪潮下去了。而在 Windows 时代培育了新东大等一批企业。现在我们在网络方面的意识特别强，动手也早。”

王文京的电脑上能看到他亲手绘制的用友增长曲线。他说：“曲线形态良好。除了创新之外，这应归功于我们做到了企业的平衡发展，并处理好了软件企业创新与平衡二者之间的关系。有的企业技术特别好，产品做得水平很高，但是营销没做好；有的企业产品技术过不了关，一段时间做得很快，但是最后还是长久不了。市场是很实在的，客户最终是看你的产品和服务。另外，一些企业整个的业务环节都做得很好，但是内部管理没跟上。民营企业这个现象最普遍，最后同样失败。用友较早地意识到这些问题，避免了大的挫折。”

此外，王文京也没有忽视企业的金融运作。“现代企业的产业经营必须要跟金融机制很好地结合，对软件业这样需要高投入的产业更是如此。否则，你还是会因为缺乏资金失去速度。”

五、用友的不足

用友公司在 2001 年财政年度的销售额是人民币 3 亿多元。在过去的 13 年中，王文京对用友年增長的要求是不低于 40%，而未来的增长将更快。“我觉得必须要保证相应的增长速度，因为目前太慢不行。所以我要求，在未来我的企业的发展速度还要加快，目标在 70% 以上。”

除了产业特性和竞争环境因素之外，用友的上市也给王文京带来了要求增长的压力，但王文京看到更多的是机遇。“如果没有把握，我也不敢冒这个险。用友要不断地快速增长，而我们也具备增长的条件。”

王文京的条件其中包括了对自己企业的认识。十几年来，他曾带领用友多次避开漩涡，闯过险滩，但他说：“我们的缺点很多。我感觉目前最大的就是在冒险这一块还不够。这与我的性格有关。长期以来我一直比较稳健。稳健与均衡的好处是会避开风险，但是也可能会丧失机会。用友经常碰到的情况是，有一个好的技术，但为了把风险降至最低，我们会等到别的企业已经搞得差不多了，看准了我们才冲上去。一个企业为了发展，不能等到你看得很准的时候才冲上去。”

王文京称企业的第二个不足是对企业的形象塑造投入不够：“我们在企业宣传方面做得很不够。我们现在做的企业资源管理软件（EPR）也很成功，



但公众对我们企业的认知度不高。这不仅仅涉及到营销的问题,这已经事关企业的整个行为特性了。”在内部沟通上,王文京觉得也有必要改进。

“用友的员工稳定率在中关村是较高的,新人增加的也不少,因为我们的业务在扩张。但是在文化的内部传播和教育方面我总觉得做得不好,尤其是在统一大家的意识和理念上。”

随着用友公司的规模和知名度的扩大,身为公司董事长的王文京也不得不及时调整自己的时间安排。现在,他平均每天花 30% 的时间接待客户, 30% 的时间做与产品相关的工作。其中,最主要的是与研发部门讨论, 25% 的时间处理日常管理问题, 10% 的时间用于考虑公司战略,剩下的是社会活动。

尽管在公司战略上花的时间最少,但王文京认为自己对公司的最大贡献就在于此。13 年来,他们在大的战略上和方向上基本上没有太大的错误,所以公司上下对王文京制定的规划战略是认同的。未来王文京需要加强的包括两个方面:第一是战略执行力的推动,第二是企业的规模。创业时,王文京是经理,又是程序员又是销售员又是维护员,现在发展到上千人,未来用友的规模完全可能超过 1 万人。所以,建立一个有效的管理体系至关重要。

六、未来的竞争与共存

目前中国约有 1500 家纯软件企业,此外还有数千家公司从事软件业务。软件企业的规模大多在 50 人以下,超过 100 人的软件企业很少。中国整个软件业 2000 年的销售额为 20 亿美元,销售额在亿元人民币以上的软件企业屈指可数。

在用友目前主打的企业资源管理计划(ERP)领域,用友有众多的竞争对手。一个说法是:“过去有多少财务软件,现在就有多少 ERP——几乎在企业产、供、销、财的各个环节遍地开花。”仅国内就有从财务软件起家的用友和金蝶,从 E2P 软件起家的利玛和合佳,以及新成员东软、神州数码等大大小小的 E2P 软件供应商,数量已赫然超过 100 家。

用友的对手也很强大。以 SAP 和 Oracle 为代表的世界级 E2P 厂商们早已在中国打得不可开交,竞争方式从口水大战到雇用商业间谍等,五花八门。

七、财务分析

用友软件创始于 1988 年,从开始的软件服务社成长为股份有限公司,公司的注册资本从 1988 年的 5 万元增长到 1999 年的 7500 万元。

软件行业是目前国内外市场发展最快的行业之一,管理软件又是软件行业中发展较快的分支。国际市场上,管理软件的销量占整个软件市场的 40% 左右。

软件和服务市场高速增长的最近几年,国际软件市场的平均增长率为



10%，软件服务市场的平均增长率为14%，未来几年仍将保持这一发展速度。2000年国际软件市场的规模是1614亿美元，软件服务市场的规模是5977亿美元，发展速度远远高于世界经济的平均发展速度。

我国正在从计划经济走向市场经济，各个领域都在面临与国际接轨的挑战，社会变革幅度较大；同时，经济及社会信息化正不断加深，对软件的市场需求远远高于国际平均增长速度。我国软件市场的年平均增长率达到29%，软件服务市场的年平均增长率达到33%。

财务软件市场发展空间依然十分广阔。中国的财务软件市场经历了十几年的发展，市场已经粗具规模，1999年财务软件市场规模达到12亿元，增长率达到30%以上，目前仍然保持着这样的发展趋势。国内有各种类型的企事业单位800多万家，已经购买了财务软件的单位只有60万~70万家。由于企业、事业及政府部门管理信息化的步伐加快，财政部门对会计电算化的持续推动，以及各级税务机关对报表电子化的要求越来越高，财务软件的市场需求非常强劲，留给软件公司的发展空间依然十分广阔。

从财务软件的竞争来看，目前市场的集中化趋势越来越明显，市场前五大供应商的市场份额已经达到90%左右；特别是前两大供应商的份额已经超过60%，而用友的市场份额更是达到了40%以上，远远高于其他竞争者。

市场容量的高速度增长和市场集中度的日益提高，使供应商用友的发展空间更加广阔。

管理软件为公司的进一步发展打开了更大的空间。管理软件除了包括财务软件以外，还包括供应链管理、客户关系管理、人力资源管理、生产制造管理、决策支持系统和电子商务等领域，以及行业应用管理软件。2000年中国管理软件的市场容量达到58.7亿元，最近3年的平均增长速度达到32%。在管理软件市场中，行业应用软件占有60%左右的比例；在通用性管理软件中，财务软件的比例最大，达到70%左右的比例。

管理软件的增长速度与财务软件的增长速度相似，都达到30%左右。管理软件的推广需要经营管理观念的更新，管理软件的推广也是先进管理理念的推广。随着我国加入WTO进程的加快和市场竞争的加剧，管理软件的需求也更加迫切。因此用友向包括财务软件的管理软件扩张的策略，为公司的发展打开了更大的发展空间。

目前公司在全国拥有60家地区分公司和子公司、500多家代理商和经销商、60家客户服务中心和100家授权培训中心。公司的服务网络遍布全国各地，有些县和镇都有用友的服务网点。

用友不仅在产品的研发和生产上严格按照ISO9000的标准严格执行，公司在服务质量上也严格按照国际标准执行。1999年5月，北京、上海、南京和无锡4家分公司和用友公司总部通过了电子质量认证中心的认证，成为国



内首家取得 ISO9002 服务质量体系认证的软件企业。目前公司已经有 44 家分公司和子公司通过了 ISO 服务质量体系认证, 形成了覆盖全国的符合国际标准的服务网络, 为向客户提供标准化的满意服务提供了可靠的保证。

正是因为拥有这样一个服务网络, 用友才大胆介入财务软件以外的管理软件业务, 来面对来自美国和德国等国际知名管理软件公司的竞争挑战。

用友在经营管理各个方面的均衡发展使企业一直比较稳定地增长。用友不仅重视产品的不断创新和向用户提供满意的服务, 公司在企业经营的其他方面也能够均衡发展, 为公司的健康发展提供了保证。在产品的营销方面公司做了很多工作, 公司的产品不断通过行业主管部门的认证, 使公司的产品易于为用户所接受。另外公司遍布全国的营销网络也使公司的产品与最终用户更加接近。公司的软件生产严格按照 ISO9000 质量保证体系和 CMM 标准执行, 保证了公司软件产品质量的可靠性。公司取得了政府部门的认可和支持, 公司是国家火炬计划软件产业基地骨干企业, 是国家认定的全国首批知识产权保护单位, 是北京市政府重点扶持企业; 同时公司享有国家提供的一系列优惠政策。

特别是通过 2001 年发行上市之后, 公司募集 8.88 亿元资金, 为公司今后的发展打下了一个良好的资源基础。公司将这些资金投入到新产品的开发、服务和营销体系建设、公司内部管理机制的加强等方面, 使公司处于一个十分有利的竞争地位。公司的发行上市还大大提高了公司的知名度和信誉度, 为公司的产品和服务打开一个更加广阔的市场。上市以后, 公司各个方面的运行会更加规范化, 为企业提高经营管理水平创造更加有利的条件。

公司的主营收入呈现出逐年增长的态势, 营业利润占利润总额比重的下降主要是由于补贴收入的增加。如扣除此部分影响, 营业利润占利润总额的比重均在 99% 以上, 这充分表明了公司的主营业务突出, 利润主要来自主营业务。公司的竞争实力因其主营业务突出而表现出众, 其通用管理软件的市场份额 1999 年居全国之首, 尤其是财务软件 1999 年的市场份额达 40.1%。公司拥有一批高级技术人员, 在公司的产品开发和研制方面发挥了重要作用。公司目前积极引进 CMM 标准, 符合 CMM 标准的软件开发规范已开始导入并执行。这为公司产品的出口奠定基础, 使公司的销售收入步入一个新台阶。

公司的经营能力与获利能力非常强, 从上市开始, 每年资产都以 50% 以上的速度飞速增长。软件类公司的存货很小, 基本可以忽略不计, 对经营能力的考察主要通过应收账款周转率和流动资金周转率来进行。从近 3 年的情况来看, 公司目前的资金管理处于较好的状态。毛利率较高是由于软件类公司的产品真正的成本应体现在前期的研究开发费用上, 而此部分费用于发生当期已确认为管理费用。因而, 相比较而言, 软件类公司的管理费用要比一般公司的管理费用高。用友软件的开发研究费用在 2001 年、2002 年和 2003



年分别占销售收入的9%、11%和12%。由此看到，用友软件的研究开发费用是逐年提高的，对公司今后的盈利会产生有利的影响。

用友软件的实力及偿债能力强。软件类的公司在固定资产上的投资要比商品生产类的公司少得多，因而这类公司对长期借款的需求也基本很少，其负债主要体现在流动负债。用友软件的销售所需短期资金是靠短期借款来解决的。公司的资产负债率维持在一个合理的水平。公司的净利润率较高，可以利用财务杠杆来为股东获取更好的收益。公司发行新股后，资产负债率将大幅下降，财务杠杆的可利用空间很大。从财务报表上看，公司的净资产1999年比1998年有所减少，这是由于公司1999年高额分配利润所致。

从同行业的上市公司比较来看，用友软件的净资产收益率较高，这主要是其他上市公司的业务收入不全是来自软件业务。从净利润率的水平来看，用友软件的净利润率同已上市的软件类公司相比算是比较高的。

在规模扩张方面，按照公司发展战略，围绕公司核心业务，计划购并数个管理软件相关企业，购并1~2个中间件软件企业，重组部分地区销售公司，研究筹建出口软件开发企业。

国际化经营方面，从海外或外企引进部分高级人才。在硅谷设立技术研究中心。导入CMM国际软件质量保证体系。研究与国际软件企业合资或合作建立一个软件出口开发企业的可行性，并部署筹建。

研究用友软件开拓东南亚市场的可行性并部署实施。

用友是从财务软件领域发展起来的，公司的快速发展一方面得益于企业逐步积累的竞争优势，另一方面得益于财务软件领域良好的发展环境。在国内大部分商业软件都面临盗版困扰之时，财务软件由于其特殊性，可以免受盗版的侵害。在系统软件和平台软件面临国外产品强大的竞争压力之时，财务软件由于当时中国会计制度的特殊性，可以免受国外产品的竞争。

上市给公司带来了资金的增加、信誉度的提升和管理水平的提高，这给公司的再次腾飞创造了条件，公司业务的增长速度有可能高于行业平均增长速度。用友具备了成长为国际化大公司的条件，极有可能成长为世界一流的软件企业。

八、核心竞争力

用友软件从一个注册资本只有5万元，年销售额只有40万元的软件服务社，1998年发展成为一个拥有8000多万元净资产，年销售额达到2亿多元的大型软件企业，经历了12年的发展历程。在这期间用友软件经受了来自国内外竞争对手的压力。国内的竞争对手已经换了5批，从开始的先锋、金蜘蛛，到万能、安易和金蝶等，用友能够成为国内财务软件的龙头企业，主要是因为用友公司拥有一系列的竞争优势。这些竞争优势不仅使用友在过去的发展



中处于领先地位，而且在公司未来的发展过程中，仍然会发挥重要的作用。

民营机制使公司真正有了为公司长远利益着想的人，同时也使公司的发展充满动力。用友改制前的股东是王文京、郭新平、吴政平等4人。改制后王文京、郭新平和吴政平仍然间接持有用友软件73.6%、11.5%和8%的股权，公司是真正的民营企业。

由于产权明确，用友一直坚持“立足长远、均衡发展”的理念，公司在做出重大决策时，总是能够从公司的长远利益着想。公司在产品的研发、市场开拓和服务等领域总是能够走在竞争对手的前面。在股票发行上市的过程中，公司没有选择海外市场上市，虽然原始股东的股票暂时不能上市，但是考虑到公司的用户主要在国内，在国内上市不仅能够募集资金，而且能够大大提高公司在国内的知名度和信誉度。选择在本土资本市场上市也更加有利于公司的长远发展，所以，公司坚决选择了在国内上市。

民营机制同时使企业的发展充满动力，在用友没有国有企业人浮于事的现象，公司的利益与每个员工的利益都息息相关。公司制定了一系列激励员工努力工作的制度，使整个公司充满活力。

“持续创新”的经营理念使公司能够一直在技术和产品的研发上处于行业的领先地位。用友一直十分重视技术和产品的研发工作，研发费用占主营业务收入的比例1998年、1999年和2000年分别是9%、11%和13%。截止到2000年12月31日，公司拥有开发人员262人。公司将技术创新和产品研发作为公司发展中最重要、最关键的业务对待，坚持持续创新的思想，不断加大对新技术和新产品的投入，扩大和提高公司的研发能力，提升公司的核心竞争能力。

公司在1989年创立之初，在公司家底还很薄的情况下，就投入40万元，并于1990年推出被誉为“中国第一表”的UFO电子表软件，使公司一举确立了国内财务软件的领先地位。1997年公司又比同行提前一年推出了Windows95/NT版财务软件，2001年3月公司又推出了国内首套全面基于网络应用、提供管理全面解决方案的用友NC管理软件。该软件领先竞争对手1~2年的时间。

公司就是以“研究一代、开发一代、维护一代”的产品发展模式，不断领先对手推出新产品。公司坚持“以人为本，尊重（人才）、公平（对待），实现公司价值和个人价值的双重实现”的经营理念，充分发挥研发人员在技术和产品开发中的主动性和创造力，形成了较强的不断创新能力，使公司的产品不断地创新和进步。

公司在软件过程管理等产业化能力建设方面也走在同行前面。公司于1996年在软件开发与生产环节中导入，并于1997年成为中国软件行业首家企业通过ISO9001认证。

“以客户为本”的服务理念使公司的产品和服务不断赢得客户的认可。用



友能够将自己的名称寓意为“用户之友”，本身就说明公司是真正坚持“以客户为本”的经营理念。公司不仅向客户提供产品，同时公司还向客户提供咨询、培训、维护、升级等服务；不仅做产品及服务提供商，更要做客户长期发展的伙伴。公司正是根据用户需求的不断变化和发展，开发满足用户需求的产品。

九、资本运作

2001年4月19日，北京用友软件股份有限公司推出了令人刮目相看的招股说明书，总股本为1亿股，仅发行2500万股社会公众股，但发行价定在令人仰止的36.68元。发行后，“用友软件”净资产一举从2000年年底的8384万元飙升10倍。募集资金目标也十分远大：8亿元。

在中国所有著名的IT人士中，没有一个人能像王文京一样在把企业做大的同时，大权却从未旁落。他最懂得用股权去决定自己的分量，用数字去决定最终发言权。

无国家股是用友软件的醒目之处。作为一个纯粹的民营企业，用友软件的5个股东单位是清一色的“用友系”。明眼人都会看到高级管理人员绝对控股用友软件，更确切地说是王文京绝对控股用友软件。“用友软件”控股股东北京用友科技股份有限公司持股4125万股，占总股本41.25%，而王文京手中持有“北京用友科技”沉甸甸的73.60%的股权。另外两大股东——北京用友企业管理研究有限公司、上海用友科技投资管理有限公司，分别持有“用友软件”11.25%的股份；而王文京在这两家公司中的个人持股比例分别占73.60%和90%。虽然后两位股东——南京益倍管理咨询有限公司和山东优富信息咨询有限公司，仅持有用友软件11.25%，但王文京在这两家公司中依旧占据控股股东地位。据测算，王文京实际持有用友软件5520万股份，是用友软件名副其实的第一大股东。有人推测，借36.68元这根撑杆，用友软件上市后，仅以发行价计算，王文京至少身价翻上20多亿元。而郭新平、吴政平等用友的高级管理层也将一跃完成资本飞升。

另外，在“用友软件”公布的董事名单中，苏启强、杨元庆、吴晓球3位独立董事的名字引人注目。三人皆为社会名流。连邦软件董事长苏启强与用友渊源颇深，正是其与王文京一起携手创办了用友，并渡过了创业初期的艰难岁月。而名声赫赫的联想集团高级总裁杨元庆似乎是首次出任独立董事。经常在媒体露面的经济学家吴晓球在中国金融证券界名声正响。有传言说，王文京在把握人脉、处事为人方面滴水不漏，仅从独立董事的选择上，其良苦用心可见一斑。

在财务管理软件市场与用友争斗多年的老对手——金蝶，抢先一步登陆香港创业板，但仅融资8000多万港元。而王文京果断从国内创业板候选大军



撤退，转战 A 股，募集资金达到了 8.88 亿元。在激烈的竞争中，用友似乎已经后来居上。

十、用友四度高分红

用友软件发布 2004 年分红派息公告，每股派发现金红利 0.32 元（含税）。董事长王文京持有公司约 55% 的股权，此次将分得近 2500 万元的红利。自从 2001 年上市以来，用友软件每年都实行高分红，王文京总共分红约 1.1 亿元。而从 2002 年以来，用友软件的税后利润、每股收益持续下滑，在这种状况下依然采取高分红，不得不令投资者对王文京的做法和用友的未来发展产生质疑。

上市 4 年来，用友软件一直保持着高分红的特色。

2002 年 5 月，用友软件发布 2001 年度分红派息公告，每股派发现金红利 0.6 元（含税）。接着，用友软件 2002 年度 10 转增 2 股再派 6 元的分红派息策略，2003 年度 10 转增 2 股派 3.75 元，2004 年度每 10 股转增 2 股派 3.20 元。在接连不断的高比例派息过程中，董事长王文京到底分到了多少呢？

在上海证券交易所网站上查询到，用友软件的前五大股东分别是：北京用友科技有限公司，持 6480 万股，持股比例 37.5%；上海用友科技咨询有限公司，持 3240 万股，持股比例 18.75%；北京用友企业管理研究所有限公司，持 1296 万股，持股比例 7.5%；上海益倍管理咨询有限公司，持 1296 万股，持股比例 7.5%；上海优富信息咨询有限公司，持 648 万股，持股比例 3.75%。根据 2001 年 4 月用友的招股说明书，王文京分别持有上述 5 家公司 73.6%、73.6%、90%、42.8% 和 86% 的股份，以此推算王文京间接持有用友软件约 55% 股权。

连续 4 年的分红，给王文京带来约 1.1 亿元（税前）的现金收入。那么，王文京的投资成本是多少呢？根据资料显示，1988 年，王文京、苏启强最初创立北京市海淀区双榆树用友财务软件服务社时，注册资本为 5 万元人民币。1993 年注册资本增加到 500 万元。1995 年，在原公司基础上组建用友集团公司，注册资本增加至 2000 万元；1997 年增至 5000 万元。1999 年，用友集团公司从有限责任公司变更为股份有限公司，注册资本最终增至 7500 万元。

按照用友软件上市前夕的 7500 万元的注册资本计算，王文京在其中所持有的股份为 73.6%，面值为 5520 万元，也就是王文京本人投入到用友软件中的资金。以此与 1.1 亿元的分红相比，王文京 4 年内便赚了两番。

据了解，微软上市以来，从来没有给股民派发过一次股息。直到 2003 年，微软迫于手中 430 亿美元的现金压力以及布什政府宣布取消股息税的利好政策情况下，才向持有 54.4 亿流通股的股民发放每股 16 美分的股息，但是股息率为 0.29%，远低于标准普尔 500 种股票指数成份股的平均 1.71% 股



息率。其分红的做秀意义高于实质意义。

作为一家有着远大发展目标的企业，要有充实的资金保证其目标的实现。但在净利润、每股收益持续下滑的情况下，用友软件依然采取高分红的做法，不禁让人产生疑惑。但也有人表示不同的看法：假如用友没有上市的话，以它每年30%的增长速度来看，王文京照样可以用2~3年的时间让公司资产或者个人资产膨胀一倍。这其实是和是否套现没有一点关系，只是公司对利润的一种处理方法而已。

按照常理而言，上市公司分红应该没有什么争议，投资者应该欢天喜地才是，因为每个股东都可以按照自己的股权比例分得相应的红利。用友软件高分红的做法之所以引起纷争，原因在于不合理，大股东与中小股东的持股成本相差得“离谱”，中小股东出了最多的钱，却只得到最小的利。

公司希望通过高分红讨好股东，来弥补业绩下降的不足。从更深层次分析，同其股权结构有关，分红得利最大的当数公司的那些大股东。

显然，高分红意在再融资，其直接动力是为了满足关于上市公司再融资的要求。然而，如果上市公司的业绩一般，又想圈钱，就可能引发“恶性分红”，用部分圈来的钱来弥补原来分红时留下的缺口。这也实际上就等于是将融资所得的现金作为红利分配，形成一种变相的融资分红。用友软件的王文京看来是个不露声色的资本大鳄。

对于上市公司的大股东资金充足，自己在股市坐庄，是股改后全流通时代的特点；对于有实力的上市公司，庄家才是未来资本市场有竞争力的资本大鳄。上市公司的信息和发展前景，上市公司最清楚；同时上市公司为了坐庄的成功，自己根据需要操纵财务报表也是合法的。这是进行股市博弈的股市狙击高手应重点研究的课题。

第三节 其他机构

一、QFII 试水

QFII 投资策略最新动向有四大新特点：品种多元化，投资灵活性，偏好求同存异，活跃程度差别大。QFII 投资呈现新特点。

QFII 最新动向四大特点：

一是选择品种的逐步多元化。随着 QFII 调研范围的扩大和对公司了解的深入，QFII 选择的品种从大型公司群体向中小型公司群体拓展，由半年报时的 22 家大型公司为主，变成了三季报时的 31 家大、中、小型公司并存。

二是持有或减持某只股票主要取决于该股是否处于合理的定价水平，高



估则减持或清仓，平估则持有，低估则新增或增持。取舍的标准正是 QFII 所倡导的价值投资精髓所在。

三是 QFII 的投资偏好求同存异：QFII 之间的研发成果或许是有福同享，或许是不谋而合。如摩根和德意志对中兴通讯的共同重仓，瑞银和德意志对瑞贝卡的同步增仓。当然，每家 QFII 在个股偏好方面也有不少差异。

四是活跃程度差别很大：目前共 21 家 QFII 获得了投资额度，而持仓名单见诸三季报的也就瑞银、摩根士丹利、德意志银行、汇丰银行、恒生银行、花旗等 7 家，QFII 之间的额度差异很大。此外，QFII 的操作风格主要也可分成两种，一种是瑞银代表的以重仓持股为主的激进派别，另一种是花旗为代表的，以持有可转债为主的保守派别。

二、看年金运作特点

目前，我国企业年金的规模有近 500 亿元，再加上以年金名义销售的保险产品有 430 亿元，企业年金的存量规模在 1000 亿元左右。权威人士预计，年金市场全面推开后，每年的新增规模将在 800 亿元到 1000 亿元左右。预计到 2010 年，企业年金的市场规模应超过 5000 亿元，10 年后将达到 10000 亿元，企业年金的发展潜力是巨大的。

尽管企业年金目前的资金规模还较为有限，但是，其增长潜力不容忽视。虽然企业年金不可能全部入市，但估计入市比例在 20% 左右。这样，短期内企业年金将通过直接和间接的方式给股票市场增加资金供给约 200 亿元，未来几年也可望持续保持这一规模。随着时间的推移，企业年金入市规模将持续上升，其在证券市场中的影响力将越来越大，因此有必要根据三季报中对企业年金的最新入市现状及其操作情况进行分析。根据第三季度报告，截至 2006 年 9 月底，上海市年金发展中心、深圳市企业年金管理中心已经出现在 22 家个股的十大流通股股东中。按最新的收盘价统计，这 22 只个股的市值在 5 亿元左右。应该说，在一个流通市值高达 1 万多亿的证券市场中，区区 5 亿元的规模还非常有限。但由于企业年金潜在的巨大入市规模，对目前已经入市的企业年金操作现状认真研究，分析其特点，对投资者来说，具备比较好的实用价值。

企业年金运作现状的几个特点：

1. 投资风格尚未成型

从企业年金一年多来操作的历史资料分析，企业年金并未形成明显的投资风格。比如说其二季度持有的 18 只股票中便涉及金属、房地产、水泥、机械、科技、化肥等诸多行业，还持有过高控盘的青海明胶、徐工科技等绩差



股、问题股。到了第三季度其投资则更分散到了农业、汽车、银行、造纸、医药、电子、施工等更多行业，投资的 22 家上市公司在行业内处于龙头地位的很少。与奉行价值投资理念的开放式基金、社保基金等机构相比，企业年金目前还没有形成鲜明的投资理念。这可能跟两个因素有关：一是目前入市的资金规模较小，影响力还不够；二是企业年金委托了多达十几家的券商代为管理，多家券商的操作风格各异，而近几年券商在股票市场上处于的劣势地位也不利于操作风格的尽快确立。

2. 短线运作为主

近一年来从定期报告所反映的企业年金持股明细显示，企业年金短线操作的迹象非常明显。以 2003 年底企业年金直接持有的 4 只股票：韶能股份、九芝堂、辽河油田、青海明胶为例，到 2006 年三季度末，企业年金全部从 4 只个股的十大流通股股东中消失，取而代之的则是珠海中富、泸天化、银河科技、新中基、天颐科技 5 家。

委托券商运作的企业年金也进行了大范围的换股。从三季报的情况来看，新增加了民生银行、标准股份、岳阳纸业等重仓股个股，而将原有的海信电器等股票基本抛售。

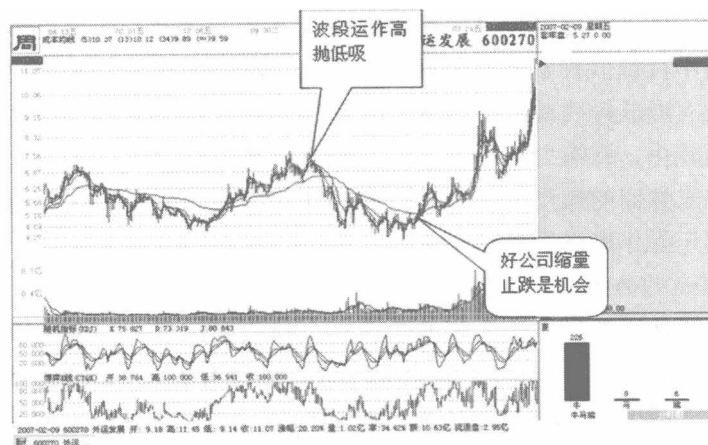
3. 难逃瓜田李下之嫌

从三季报来看，企业年金的操作不尽规范，存在不少疑点，受托管理的企业年金的安全性存在隐患。实例一是华夏证券管理的上海企业年金在华夏重仓股火箭股份和太极集团上持续增仓，其中火箭股份增持 668 万股，太极集团增持 28 万股，然而华夏证券同期却大幅减持了这两只股票。既然华夏证券减仓，为什么其管理的企业年金却在大幅增持呢？这种看似很难理解的逆向操作背后是否隐藏着利益输送的暗流呢？

企业年金作为继社保基金之后又一支养老金性质的新生力量，其入市受到了市场各方的普遍好评。当前的关键是，如何尽快建立一套科学、有效、公平的制度，包括选拔、监督、考核、淘汰、追究等机制，使得企业年金在承担较小风险的情况下，能够从证券市场中获取比较好的收益。



案例 1：

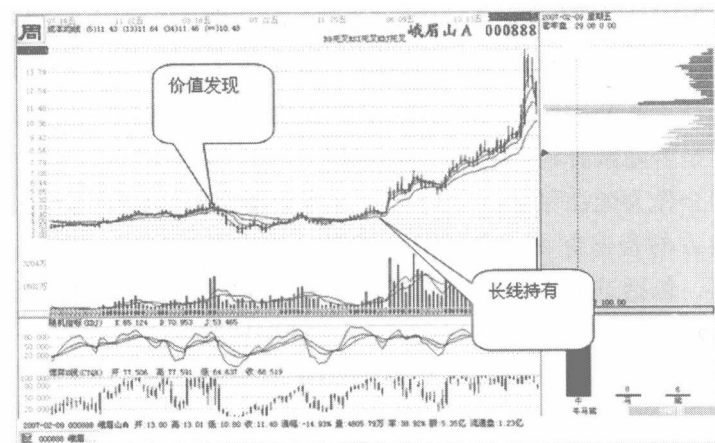


机构博弈：

A. 从 QFII 的选股思路与波段运作，中、长线持有等理财策略来看，海外理财机构还在摸索中国股市理财的方法。

B. 海外理财机构的实力不可小看。我们对海外理财机构的研究不能光看面上国家批准的 QFII 的资金有多少，其实那只是海外理财机构给人看的幌子而已，海外理财机构的地下灰色理财资金是其表面上的 100 倍、1000 倍，这些资金才是影响中国股市走向趋势的重要力量。

案例 2：



机构博弈：

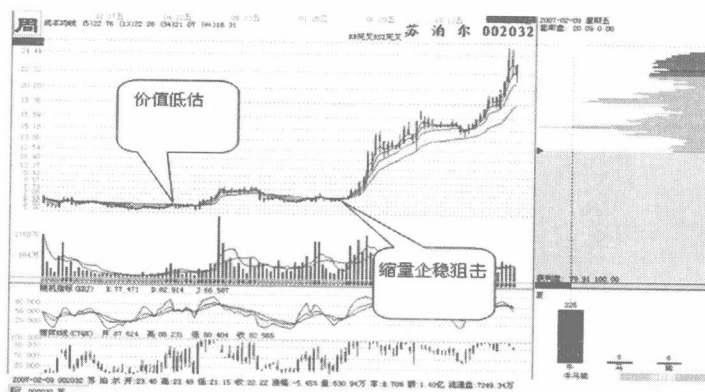
A. 随着海外理财机构在中国理财的时间推移，和海外理财机构掌握的理财资金不断扩大，未来海外理财机构在中国证券市场的影响将会越来越大。

B. 海外理财机构有着 100 多年的证券投资理财经验，其资本运作手段的



成熟也不是短期才形成的，这一点我们需要借鉴学习。当然我们只需要学习其工具性的东西。中国人的智慧是远远超过西方人的，这一点我们自己要清楚，只能是洋为中用，以中国人的先进传统文化、智慧为主体，吸收西方的工具性的东西为我所用。

案例 3：

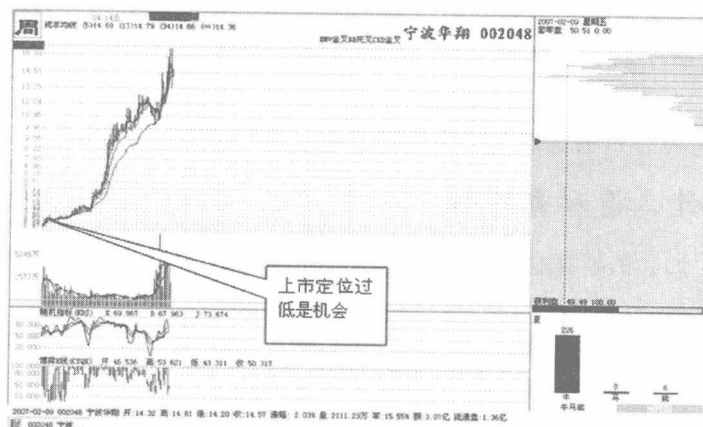


机构博弈：

A. 当然海外理财机构进入中国证券市场，首先是用中国的本土金融人才，用高薪聘请中国金融理财高手，用中国人来对付中国人。这一招很高明。

B. 这就需要中国政府在制定政策时要给中国的理财机构，特别是民营理财机构以平等的待遇，让中国人自己的理财机构尽快发展壮大。这一点我国政府做得非常不够，根本没有给民营理财机构发展的公司平等待遇，这是让人最担心的事情。

案例 4：



机构博弈：

A. 海外机构在人才运用上用的是中国本土的人才，所以海外理财机构与



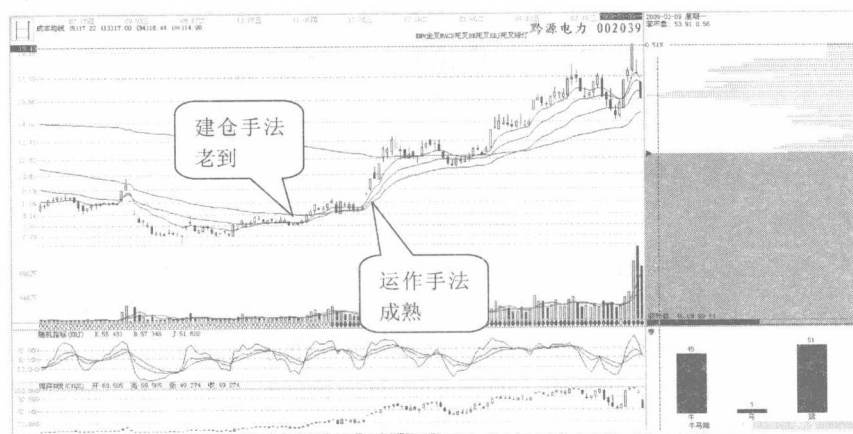
国内机构合作便顺理成章。

B. 海外理财机构在中国证券市场上与其他机构的合作与联盟做的比中国的理财机构要出色。

除以上机构外还有保险资金、社保资金、集团资金、商业银行货币基金等机构，都将会逐步进入到证券市场来参与竞争，未来的证券市场机构间的博弈将会呈现出多元化的格局。

第四节 私募基金

案例：



机构博弈：

A. 私募基金在理财手法上比公募基金灵活，在题材炒作上比公募基金水平要高，操盘水平高于公募基金。特别是国内少数民营企业进行资本运作时私募基金的运作水准非常高，是公募基金难以望其项背的，也是公募基金望而却步的。

B. 私募基金目前仍然是中国证券市场上最有活力的生力军。

一、什么是私募基金

究竟什么是私募基金？私募基金在投资基金家族中的地位是什么？它是如何运作的？

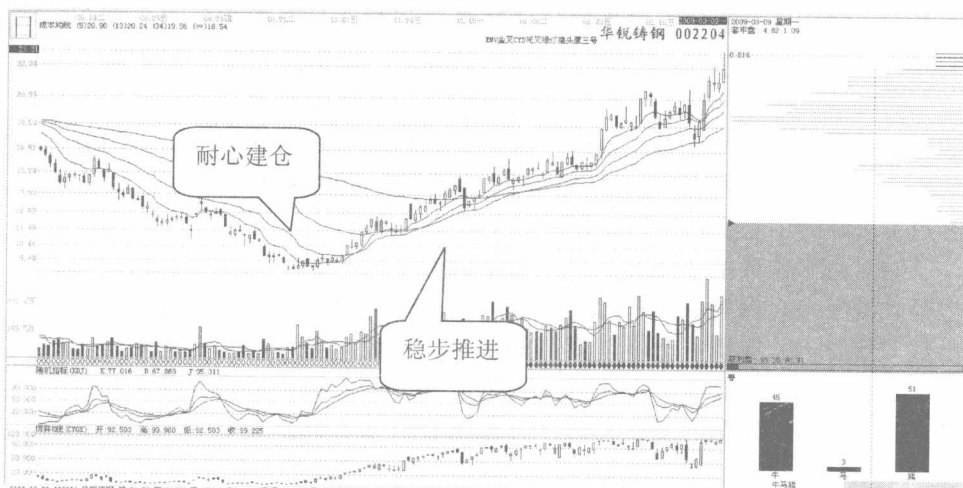
我想让读者有一个基本的概念，并了解私募基金在投资基金家族中的地位。投资基金按投资对象分为创业基金和证券投资基金。证券投资基金投资所有的在公开市场流动的品种，包括股票基金、债券基金、货币基金等。

私募基金是按募集方式进行划分，而区别于公募型投资基金而言的投资基金品种。这样，我们对私募基金在整个投资基金里面的地位就比较好理解



了。实际上有一个更深层的含义，为了通过这个募集方式能够较好地保证投资人的迁移。公募的基金主要是为了适用于公众投资者的需要，往往来讲，是公募性基金，要接受政府的监管。公募性基金还不如个人投资者自己炒股票。它实际上来讲，更深层的意义是应非专业的富有个人与机构的投资要求而演进的投资制度创新。你说你不给私募基金立法，那你采取什么主张？第一种是要把基金一棍子打死；第二种就是放任自流的做法；第三种是类似严管。你不一定非要取缔掉，你要取缔掉市场上就少了活力。私募基金让它自发成长，自发约束、完善，自我创新；主要是通过一系列其他相关法律来完善，如《公司法》、《合伙法》。

案例：



机构博弈：

A. 私募基金是中国股市最早的坐庄主力，随着时代的发展，市场仅存的私募基金大部分都在寻找出路中归纳到上市公司中去了，或与上市公司联盟成共同体。

B. 有实力和有眼光的上市公司大股东或老板，在上市公司的外面都有自己独立的私募基金。

二、中国“私募基金”的现状

在美国，私募基金是指通过非公开渠道向特定对象募集的基金。即私募基金是相对于公募基金而言的，并非是地下的非法的不受监管的基金；而是通过非公开方式面向少数机构投资者和富有的个人投资者募集资金而设立的



基金,它的销售和赎回都是基金管理人通过私下与投资者协商进行的。一些著名的基金公司如量子基金、老虎基金等,都是典型的私募基金。由于私募基金容易发生不规范行为,所以,一些国家的法律法规对私募基金证券的最高认购人数、认购者资格、宣传方式等都有明确的限定。私募基金按投资方向可分为证券投资基金、产业投资基金和创业投资基金;按组织形式可分为契约型基金和公司型基金。

据估计,中国的“私募基金”大约有 7000 亿~9000 亿元,主要由银行、证券公司、信托投资公司、投资咨询公司、投资顾问公司、投资管理公司,以及不挂投资公司的其他类型公司的投资部、个人等以代客理财方式筹集资金并负责运作。资金来源主要有上市公司募集的资金、民营企业资金、国有企业资金、个人资金等。按投资方向分为一级市场申购基金,二级市场投资基金。一级市场申购基金是指银行或证券公司集合大众投资资金,利用私下购得的大量个人股东账户,通过批量申购新股,赚取无风险新股申购平均收益率的基金。这种基金最早由中国银行推出,其他银行和证券公司为了争取储户、存款和客户保证金,也纷纷效仿。这种基金没有保底条款,但有明确的投资方向和运作方式,新股中签卖出后的收益随时划到客户的个人账户上,客户也可随时中止委托,因而具有很大的灵活性。

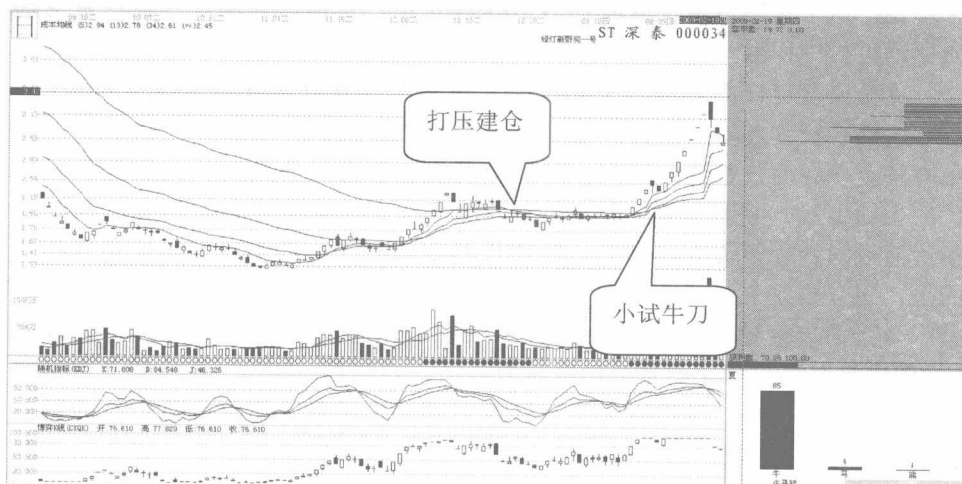
同时由于这种基金能够获得新股申购的平均收益率,因而在前两年新股申购收益率一直保持在两位数的情况下,吸引了大量的个人储蓄资金加入,出现了新股申购冻结资金屡创新高的现象。一级市场申购基金的管理者收益一般来自于基金收益的一定比例,一般是 10%。二级市场投资基金是指专门投资于二级市场股票的基金,合作方式主要有保本保息分红、固定比例分红等,一般保收益率达到 10% 以上。二级市场投资基金的运作方式有: A. 委托者自行开户,然后全权授权受托者运作。资金账户由委托者自己保管,股票账户由受托者管理,期限一般在半年以上。在委托期内,委托者可以定期查阅自己账户的市值,但是不能知道自己的投资组合,也不能取款。这种方式一般适用于券商和投资公司的资产管理业务。 B. 委托者与受托者共同出资成立一家合资公司,以投资公司名义进行运作。 C. 委托者自行开户,由受托者在委托者账户中存一定比例的保证金或股票作抵押,如 10%,然后全权委托受托者操作,委托者随时监控。当市值下跌一定比例时,受托者应追加保证金,否则委托者可强行平仓。这种方式适用于非金融机构和那些有较可靠内幕消息或有较高操盘水平的个人。因为非金融机构或个人信誉有限,他们要想取信于人,让他人的股票账户归他们操作,必须存一定比例的保证金或股票才能合作成功。一般这种操作方式要由券商负责监控或做中间人,以保证协议的履行。 D. 委托人自行开户,受托者负责提供投资咨询,口头承诺收益率,收取会员费或咨询费,同时赚取券商的返佣。



这种方式适合证券投资咨询公司。二级市场投资基金一般都有保底收益率，其保底收益率一般为10%~12%之间。

当前中国金融市场上出现的“私募基金”，是由证券市场自发创新出来的一种投资工具。它的产生和发展与中国证券市场的制度缺陷有着密切的联系，既有其合理性和必然性，又存在着无序性和盲目性。证券市场的私募基金是以专家理财为基础的，以满足社会闲置资金对专家理财的需求，同时补充公募基金不能为投资者带来投资收益的不足，使证券市场上的机构投资者呈现出百花齐放，而不是只发展垄断性的国有公募基金，增加证券市场的合法资金来源，稳定而健康地发展股市。

案例：



机构博弈：

A. 当然目前中国证券市场上大量的私募基金资本运作理念落后，操盘水平也很低，鱼龙混杂是不争的事实。但是，也有少量与上市公司联盟运作得较好的私募基金。

B. 另外，由于管理层认识上的误区，对于中国证券市场的私募基金缺乏有效的正确引导，一味地压制、排挤。笔者认为当务之急是管理层要给私募基金公平待遇，让其公平竞争，优胜劣汰，才能保障证券市场上的生物链与生态环境形成良性循环。



三、投资理念更新势不可当

从庄股时代到价值投资理念的兴起，再到宏观调控下五朵金花的凋零，市场的价值取向在逐步走向成熟的过程中经历了反复的历练。但是市场并未形成相对定型价值取向，我们看到2004年年末，活跃的资金主攻的仍然是与基金主流理念格格不入的“边缘资产”。实际上从2004年4月份股指暴跌之后，市场就陷入了“理念迷茫期”，基金在度过了价值发现的“初级阶段”之后显然在寻找新方向的过程中放慢了步伐；而其他参与者也尝试在基金重仓股之外的阵地上挑战原有的理念，价值取向的标尺不再把持在基金手中。虽然价值投资理念在市场中已经奠定了难以撼动的地位，但是基金的主角地位却在无形中被淡化。价值投资理念更新和升华的客观要求需要新的投资者来承担，这个新的主角应该是QFII和保险资金。价值取向的改变也在量变到质变的过程中积累。

之所以有这样的判断，主要是基于资金结构正在发生潜移默化的改变。主导市场投资理念的机构更多地是在用资金实力说话，市场的“话语权”从私募基金→券商→基金的变更，并非市场投资理念从庄股时代向价值投资时代的主动更迭，而更多的是资金实力的悄然改变推动了理念的转变。2005年的价值取向变化跟资金相对实力变化仍然密切相关。但需要引起投资者注意的是，QFII的加入已经在逐渐改变这种资金实力说话的“潜规则”。2005年是一个新的价值取向形成年，基金虽然在一定意义上还是主角，但经过了“大跃进”高峰扩张年的基金后续实力已经开始削弱。QFII、保险资金将显现出较快的上升势头，虽然在力量上还难以和基金抗衡，但其增量资金的跟进速度和力度足以对基金的地位产生动摇，而且投资理念的优化、资金运作的灵活性为其提供了脱颖而出的机会；市场的价值取向有望向他们靠拢，价值取向的量变过程正在进行。

QFII和社保基金略胜一筹。

目前市场中的主流资金主要分为基金、社保、券商、QFII和企业年金这5类，当然以后还将包括保险资金。从资金量的角度来看，基金和券商的千亿元规模处于绝对优势，但QFII、保险资金、社保基金的未来潜力都非常大。

我们将2003年年报、2004年半年报和2004年三季度报中各主流资金重仓股在相应阶段的表现进行比较后发现：QFII、社保基金和基金的重仓股在这3个阶段中的表现均强于市场平均水平，社保基金和基金的表现相对接近，社保基金略胜一筹；而QFII则在2004年三季度这个统计时段中远远超越所有主流资金成为市场中最成功的投资模式。相比之下，券商和企业年金的重仓股表现却一直差于市场平均水平，企业年金甚至在很大程度上沦为券商重仓股的“接棒人”，导致了其表现在后两个统计时段中居末位。



在同一面招展的价值投资大旗下，QFII 和社保基金为什么会取得突出的战绩？难道他们推崇的价值理念和基金有截然的区别？答案不是很简单。笔者发现有以下几个方面是 QFII 和社保基金取胜的关键：首先，“貌似神离”是他们棋高一招之处。虽然这些机构投资者的运作理念都符合主流投资观，即以基本面和成长性来评估股票内在价值，但 QFII 和社保基金选择的标准和基金其实有很大的差别。QFII 倾向于投资有垄断效应的行业龙头股（长江电力、宝钢股份）、概念独特的个股（黄金股、通威股份、瑞贝卡）、交通枢纽股以及消费类个股。而社保基金则更乐于投资一些业绩增长前景平稳以及有较高分红预期的个股，风格相对比较保守。其所持有的 2004 年三季度前 25 大重仓股有 21 家公司在 2003 年进行了分红，比例高达 84%（两市平均水平为 45%）。而根据社保基金持有的股数加权所得到的税前分红收益率为 2.17%，远远超过两市平均水平（1.24%）和根据相同方法计算的基金重仓股（1.54%）以及 QFII 重仓股（1.84%）的分红收益率。

其次，QFII 和社保基金的入市规模较小，到目前为止 QFII 只有 33 亿美元的额度，只有基金规模的 10% 左右。船小好掉头，调整仓位也相对容易。所以我们才会看到季报显示的，单单一只个股宝钢股份就进出了可能不止一个来回，小规模波段操作相对容易。另外，目前额度较大也善于左右市场眼球的 QFII 就两三家，他们的操作风格可能制约了其他 QFII 个性的表述，甚至会给市场带来以偏概全的印象。

再次，虽然选股范围同基金类似，但在具体运作中 QFII 和社保基金采取了“避其锋芒”的策略。统计表明，2004 年三季度的 QFII 前 20 大重仓股中，与基金前 10 大重仓股交叉的仅有 2 只，与基金前 30 大重仓股交叉的也仅有 6 只；社保基金的前 25 大重仓股中，则没有与基金前 10 大重仓股产生交叉，而且仅有 5 只与基金前 30 大重仓股交叉，被基金大量持有的汽车、石化、电力和银行股在其重仓股中并不多见。这种避实就虚的策略使其操作有较大的余地。

造成基金“落伍”的因素除了理念方面的问题外，交易方式和行为也可能构成了制约。让我们来看一下 2000 年以来有关基金交易活跃度的一些数据：2002 年之后大盘交易活跃度恢复，成交金额和换手率都在缓慢上升，但数据显示的却是基金的交易活跃度在 2003 年到达高峰的 10.80% 后，2004 年上半年即便是在其发展规模“大跃进”和行情火爆的状况下却反而出现了下滑。这里面说明几个问题：一是基金规模的扩张和优质筹码的供应形成了脱节和背离。2004 年发行并成立的基金多达 45 只，首发规模累计 1564 亿元（其中包括债券型和货币市场基金），但是，基金却难以找到优质筹码下手；特别是在宏观调控的疾风暴雨下许多投资型行业前景看淡，持续增长的筹码更是寥寥，基金交易的活跃度不得不下降。二是基金仓位普遍偏高。60% 以



上甚至更高的仓位捆住了他们的手脚。新发基金是“弹药”的主要提供者，新发基金规模减小和保持不作为的状态下，缺少抬轿者的担心导致基金主动收缩战线。三是基金业绩考察的“近视”现象及投资行为趋同。绩效评估的期限过短给基金运作造成了“不求太好，但求不差”的心态。中庸心理也造成了基金经理不敢另辟蹊径，只能是中规中矩地持有“大家”所持有的个股，从而造成了投资行为趋同、持股集中的奇特现象，基金也落入了在某些重仓股上的“流动性陷阱”。这些都是基金在相当长的一段时期内难以克服的本质性问题，也是制约基金业绩提高的主要因素。经历了粗放式发展阶段的基金，客观需求要进入集约式发展阶段，基金的优胜劣汰之势就在眼前。但从总体上看，基金要想整体解决上述问题绝非朝夕之事。

投资风格趋于稳健保守。

以保险资金和 QFII 为代表的新一代机构投资者的“和平崛起”，不仅意味着机构投资者数目和规模的增加，也预示着管理层以扩大机构投资者队伍的方法来抑制市场投机氛围的目的将得以实现；投机带来的波动性会逐渐减弱，市场预期收益率会随之降低，求稳的心态会支配市场，整体投资风格可能趋于稳健和保守。

首先是 QFII 的声音会更响亮。QFII 在韩国等地的经验告诉我们，不能小视他们的力量，他们可能只是动用相当于 10% ~ 30% 市值的资金撬动剩余大部分的资金跟随。同时，从外汇储备的不明大额增加中，我们能够隐约感觉到除了在阳光地带的 QFII 以外，地下灰色的境外流入资金实力其实可能更为庞大，他们的渗透力可能已经超过了我们的预期。不管我们是否会主动接纳 QFII 的投资理念，他们成为主角将会成为未来的客观事实；而从目前他们的选股思路上看，稳健可能是放在第一位的。

其次强调分红。市场对上证所红利指数的推出反应很淡，但是从长远来看，博取差价的收益应该退居红利收益之后，管理层对于上市公司强制分红的举措也将从客观上提供给投资者更多分红品种的选择。分红导向型的投资也是目前国际主流投资策略之一，其获利水平完全能够超出市场的平均收益水平。未来的主流机构——保险资金和企业年金，很可能也采用这种策略。随着上证所分红指数的推出，强制分红制度的实施以及预期未来红利税的降低，分红型投资理念有望得到市场其他参与者的认同。

无论我们承不承认中国证券市场已经进入到群雄争锋的战国时代，证券市场机构大博弈的时代，作为股市狙击高手如何有效地利用各方参与机构进行股市狙击已是我们新的命题。



第九章 信息经济学

第一节 信息经济学

一、博弈论与信息经济学简介

继1994年豪尔绍尼、纳什和塞尔顿，1996年米尔利斯和维克里之后，2001年诺贝尔经济学奖授予了阿克洛夫、斯宾塞和斯蒂格利茨，以表彰他们在非对称信息市场分析方面的杰出贡献。

（一）博弈论

研究在互动情形下人们的理性决策行为。

特点：

- A. 事情的最终结果是所有人的策略或行动导致的；
- B. 博弈者知道或相信什么特别重要；
- C. 博弈的解由博弈的物理结构与信息结构共同决定。

（二）信息经济学

1. 定义

研究非对称信息情形下的决策或者对策问题。不同的信息结构下，博弈的结果就会表现出非常大的差异。博弈论和信息经济学是一枚硬币的两面，只不过博弈论是方法论导向的，信息经济学是问题导向的。

2. 信息分类等级

无知或不知晓（ignorance）；可预见（predictable）；可观察；可测度；可确证。

可确证是传统经济学所研究的范围，使决策变成了非常简单的最优化问题。信息经济学主要研究的是可预见、但是不可观察或不可确证的问题。

二、无交易定理

传统经济学认为在瓦尔拉斯均衡情况下市场是有交易的，但是博弈论和信息经济学在信息问题上有几个重要结论都是以“无交易”定理的形式出现的。

（一）米尔格罗姆和斯塔基（Milgrom & Stokey, 1981）和吉纳卡普勒斯



等人的“无投机”(speculative)和“无打赌”定理对理性的双方来说,要么打赌不会发生,要么大家从打赌中得到的纯收益之和为零。

(二)梅耶森·萨特斯维特定理:双边交易中并非所有帕累托效率的交易都能实现;不完全契约理论中,由于契约的不完全会导致有效率的交易事前不能达成,因为大家知道契约有漏洞。

(三)阿克洛夫的经济学贡献。阿克洛夫1970年发表在QJE上的关于柠檬市场的论文也给出了一个无交易结果。科斯定理讲,如果交易成本为零,有效率的交易可以实现;而现实世界是存在交易成本的,交易成本是一种制度运行成本。导致这种制度运行成本产生的原因实际是信息问题,或者说是知识问题。

三、显示原理

梅耶森等人证明:如果一个社会选择函数是可以通过一个机制的贝叶斯·纳什均衡来执行,那么存在另外一个机制,这个机制有一个真实显示均衡同样可以执行原来的社会目标。也就是说,存在一种机制,在这个机制下,每个人都讲真话。

(一)以自行车险为例:保险市场的道德风险和逆向选择

完全信息下,投保人的信息为保险公司所知道,此时不存在道德风险和逆向选择。

1. 道德风险

由于其行为无法被保险公司所观察到,投保人看管自行车的努力可能会因为投保而发生改变,从而可能使自行车被盗概率上升,保险公司就可能会亏损。结果是没有公司愿意提供自行车保险,即前面所说的“无交易”,社会中有效的一些交易可能不会发生。

2. 逆向选择

每个投保人可能知道自己自行车失窃的概率,而保险公司不一定知道这种信息。那些觉得自己的自行车被盗的概率比较大的人会更积极性投保,这样保险公司赔偿的概率也会变高,会更加容易亏损。

同样,最终这个保险市场也会不存在。

3. 改进方法

A. 提高保费

斯蒂格利茨(1976):提高保费不能使保险市场的逆向选择现象消失。

提高保费时,那些犹豫不决的客户可能会选择不保险,而这部分人往往是丢车概率比较小的人;因为丢车概率越小,他所能接受的保费就越低。这时保险市场同样难以存在。

B. 分离均衡



斯蒂格利茨证明：在竞争市场上，不存在混同均衡，只存在分离均衡。这是因为保险市场存在竞争。

比如保险公司 A 提供一种合同使这两类人都选择投保，那么总会有另外一个保险公司设计一个合同，把低丢车概率的人吸引过去。

混同均衡：使丢车概率高的人和丢车概率低的人都愿意接受的合同。

分离均衡：保单会使不同的人做不同的选择。

（二）斯蒂格利茨的模型和斯宾塞的不同之处

1. 斯宾塞模型

拥有信息的人传递信息，不拥有信息优势的人只能消极地等待拥有信息优势的人传递出他的信号。

2. 斯蒂格利茨模型

不拥有信息的人可以主动设计一个菜单，来甄别不同人的信息。在这种情况下，并不必然存在均衡。

3. 斯蒂格利茨的信贷市场配给模型（1981，1983）

古典经济学认为：既然瓦尔拉斯的一般均衡能够决定利率的话，利率供需平衡时的利率要低是偶然的短期的现象，长期来看供求平衡。

斯蒂格利茨认为：借贷市场上供求不相等是一个长期的现象，瓦尔拉斯均衡是不存在的，而实际的利率比瓦尔拉斯的均衡利率要低。

一个人借钱投资，如果投资风险很低，回报率不高，那么他会不愿意借比较高利率的钱；而那些高风险高回报率的投资，会越有可能申请比较高利率的贷款。这时如果银行想通过提高利率来弥补自己的亏损，就会把那部分有稳定回报率的投资者拒之门外。

银行不得不采用信贷配给，即所有申请贷款的人中只有一部分人能得到满足。这样银行通过有选择性地给申请人贷款的办法来降低风险，而不是通过提高利率的办法来增加收入。

四、斯宾塞、阿克洛夫和斯蒂格利茨理论的运用

（一）契约经济学

契约经济学的运用非常广泛，如运用于保险市场、金融市场、劳动力市场。

（二）组织设计

1. 组织制度的设计，必须考虑逆向选择和道德风险

在设计官僚选拔机制的时候，必须在要求说真话和不偷懒之间作一个折中。比如老师让没做作业的学生举手，如果对举了手的学生惩罚太重，那么下次就没有人会再说真话；而如果惩罚太轻，又会诱使更多的人不做作业。

2. 在中央集权制下，数目化管理不可实施

人事任免权在上级官僚手中，而只要上级官僚对下级官僚的政绩是不完



全信息的话，必然出现数字造假。

3. 有效率的、政治制度的必要条件

A. 必须设计出分离均衡，使那些说真话不偷懒的官员和不说真话并且偷懒的官员都有所选择，把比较差的官员筛选出去。

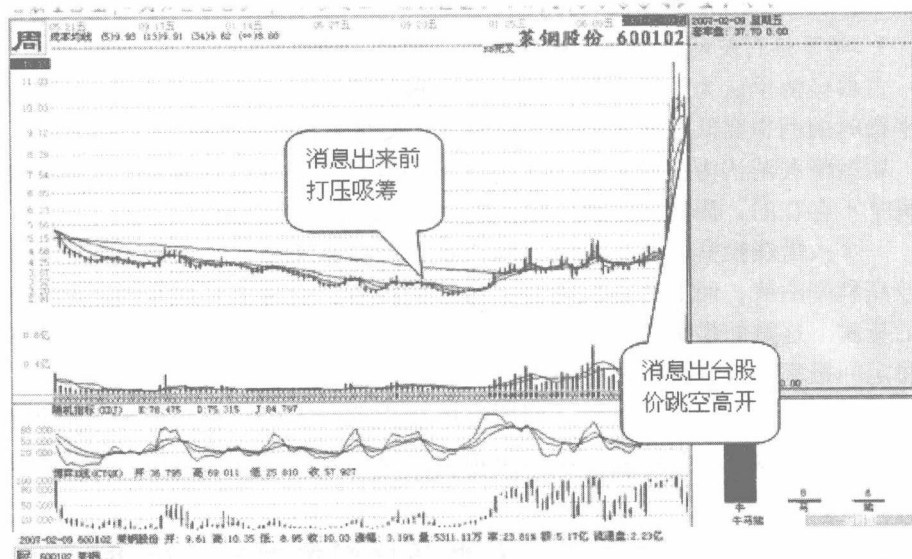
B. 必须让那些具有信息优势的人来监督官员。

(三) 法律的设计

斯蒂格利茨的分离均衡的思想表明：一个法律不考虑诉讼前的自选择问题，它必然是低效率的。

诉讼当中的逆向选择：由于打官司很费力，只有相信自己有赢的把握的人，才会去打官司。法院里的案件肯定是那些原告胜诉率很高的案件，而原告胜诉率低的案件已经被这个无效率的法律驱逐出司法市场了。

案例 1：



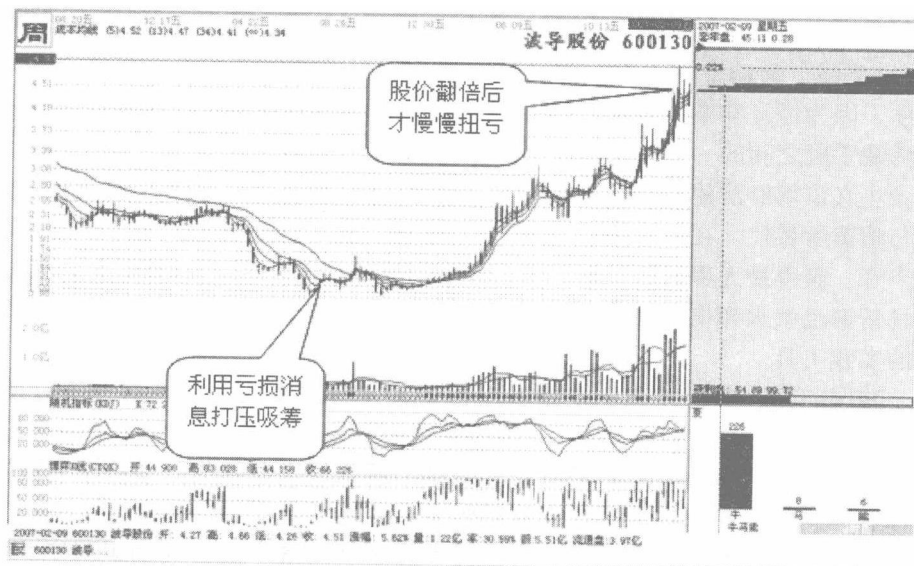
信息经济学：

A. 该股股改方案的利好信息出台之前的股价一直在低位，主力机构建仓完成后，才慢慢有少量信息出来；等市场知道该股股改成功后的利好信息时，股价已经跳空涨到高位翻了一倍多，主力机构正好可以利用利好信息波段获利出局。

B. 信息经济学是主力机构（部分主力机构庄家本来就是上市公司自己或其编外嫡系）在股市用来获利的重要手段。



案例 2:



信息经济学:

A. 由于制度和法律上的不完善, 主力机构与上市公司勾结在一起利用信息经济学, 是股市主力庄家常用的工具。

B. 股市狙击手研究信息经济学, 是对主力庄家进行狙击成功的保障。

信息在股市的分级: 无知或不知晓; 可预见; 可观察; 可测度; 可确证。

第二节 坏人指路

一、信息经济学流行理论

市场营销是一种通过市场交换, 使供应者完成生产周期和需求者满足自身需要的交易活动。以解构主义的眼光看市场营销, 市场就是市场与营销的组合, 进一步说就是认识市场和驾驭营销手段的合理结合。其内涵正如其表面词序的排列, 先有市场, 然后才有营销。市场与营销的关系犹如“皮”与“毛”, 所谓“皮之所至, 毛之将附”。市场永远是正确的, 而且多变, 营销手段当然应该相时而动, 与时俱进。因此, 这就要求供给者不仅以生产商品为目的, 而且还要面对不断变化的环境, 做出正确的反应, 以适应消费者不断变化的需求; 不仅以满足其需求为目的, 还要讲求销售的手段与艺术, 激发消费者的欲望, 为后续销售铺石开路。

虽然在 19 世纪之前, 经济学是以道德科学的面目出现的, 但 19 世纪中期以后, 以英国西尼尔和法国萨伊为代表的一批经济学家, 已经努力让经济

学摆脱价值判断，使其成为自然科学一样的实证科学了。从惯性思维出发，市场营销无论在何时何地都与经济学家本身毫无干系，而是与经济学家开展“经世济国”活动中的“术”和“器”有关。经济学家理应具备基本的科学态度，因为经济学本身就是一门“把人类行为当做目的与具有各种不同用处的稀缺手段之间的一种关系来研究的科学”。当我国政府决定将工作重心转到社会主义市场经济建设中来，经济学界曾经受到的不公与冷落在瞬间便被热闹与喧嚣所替代。在一个出售“思想”的行当里，如何让芸芸众生听到自己的声音，获得最大程度的回报，成了经济学家的当务之急。向阳花木早逢春，市场营销也就水到渠成地走出经济学者案头的讲义稿，成为经济学者生存发展的实践工具。

我国的经济学者并非一开始就以营销为立身之本的。在计划经济时期，生产观念的本质是“以产定销”，不存在所谓的自由交换的发育健全的市场。商品（严格说应称为产品）实行统购统销，根本用不着营销。经济学者在这一体制下，从事着经济学研究，不需要为生计而营销。这时的学者穷则独善其身，达则兼济天下，涌现出一批有着“独立之人格”的公共知识分子。其中的典型人物有著名经济学家孙冶方，北京大学经济学院教授陈岱孙等。他们一直坚持不懈地从事经济学研究工作，构建的理论体系和形成的专业思想赢得了经济学界的普遍赞誉。

在计划经济时代，很多经济学者连自身的生活轨迹都无法选择，更别提营销自己的学术观念了。

这里有一个让人敬慕的例子。在中国甚至在上世纪都堪称伟大的经济学家张培刚，早在20世纪40年代，就凭借其在哈佛读书时的博士论文《农业与工业化》，获得了世界发展经济学奠基人的尊称，成为中国人在世界经济领域能够自成体系的第一人，也是唯一的一个人。国内经济学大家吴敬琏、厉以宁、董辅弼等都曾写文章表达对张培刚的敬仰之情。张培刚毕业后拒绝张伯伦留他在哈佛任教的邀请，在祖国的召唤下回国，决定将其理论付诸实践。他应武汉大学之邀担任该校经济系主任，不料却按社会主义建设的要求阴差阳错地在华工基建办主任的位置上耗掉大部分青春；随后在“文革”中遭受不公正待遇，长久与专业无缘。而当年和他同时获得哈佛大学最高奖威尔逊论文奖的萨缪尔森却在继续深入研究，并获得了诺贝尔经济学奖。这位处在特定时期的英雄可谓生不逢时，透着些许无奈的悲凉。

改革开放给中国经济的发展和中国经济学的发展带来了良好的契机。经济转轨进程特别是市场化的加快，使经济学者渊博的经济学理论有了充分实践的平台。一时间，经济学热潮几乎充斥了我们所能接触到的各个领域，刚从计划经济中走出来的经济学者们尚未缓过神，就被各种媒体冠以学术精英、理论权威之大名推向求知若渴的市场。这使那些在寂寞环境里待惯了了的学者



们充分感受到了春天的气息。尽管一部分学者仍然选择原来的生活，甘于寂寞，继续做公共知识分子；但市场的诱惑也使一部分学者走了出来，从容地享受着辉煌，在杯光酒影中高谈“资本”，指点“财富”。当时的经济学家数量相对于庞大的市场需求很是紧缺。这样，我们就总是能够看到那么几个经济学权威在各个场合发表似曾相识的理论。

感谢那个时期与那个时期的媒体，让处于经济转轨时期的中国大众受到了经济学普及教育。这一时期，经济学是最时髦的词之一，经济学家是最受人羡慕与尊敬的人。人们根据其言论对其中赫赫有名的大家冠以“吴市场”、“厉股份”等称谓。以经济学家厉以宁教授为例，光头衔就有北京大学光华管理学院院长、北京大学管理科学中心主任，全国人大常委、全国人大财经委员会副主任委员，中国环境与发展国际合作委员会委员、中国国际交流协会副会长，国务院学位委员会经济学评议组成员、中日关系学史学会会长等。随之而来的利益回报也是相当可观的，在大多数中国人还在为拥有经济适用房而辛辛苦苦按揭还贷时，厉教授已经提出北京大学光华管理学院的每一位教授都应当拥有别墅。

经济学界的名利诱惑着有志青年纷纷进来。记得当时各大院校都开设了最热门的经济类专业，学经济的青年们熙熙攘攘，纷纷挤进“经济学者的生产线”。迅速地，随着大批学成人才走出校园，经济学者的供应从稀缺走向饱和，经济学者已从卖方市场转向买方市场。如何让自己的工作被社会承认，进而从社会交换中获利，成了经济学者需要解决的一件大事。

更有一些人怀着远大理想远游西方，以便从世界经济学的先驱那里取回真经。毕竟，随着经济全球化进程的加快，今天的中国经济学者直接从传统文化中得到的遗产少而又少。目前中国的经济学者所运用的经济学理论，从方法、概念到逻辑体系，无论是马克思主义经济学还是当代西方经济学，“外来成分”居多都是不争的事实。这就形成了另外一种力量——“海归派”。“海归派”以其国际化的学术背景和工作经验，成为市场“新宠”。中国的“海归派”在引进当代西方经济学理论方面做出了积极贡献。

我们从“海归派”来看看经济学者是如何在势变时移的情况下转换角色的：归国创业的民族情绪已经被经济理性所替代，“海归派”成为技术创新、制度创新的主力军，而归国创业已成为经济理性考虑和市场利益驱动的产物。社会对“海归派”的仰视和迷信让位于谨慎和理性的选择；不再看重名牌大学的牌子，更多的是对专业对口和实际能力的关注。

事在人为，“海归”学者们也开始将营销理论充分运用于自己的学术理论生活，希望借此名利双收。在学术领域遨游的同时，大到上市公司，小到商业公司，经济学家的身影也无处不在，还美其名曰“要素的自由流动”。一些“海归”学者在企业经济学家、政府经济学家、学术研究专家这三重身份之间



游刃有余。

那么,经济学人又是如何借助现代营销手段营销自己的呢?我们来看一个现象。

郎咸平。

2000年11月,郎咸平第一次进入内地,在北京大学上课。他称此举的目的“仅仅是为了赚钱”。

2001年5月,郎咸平在内地的一本杂志上发表了《德隆系:“类家族企业”中国模式》一文,在业内引起巨大轰动,迅速扬名内地资本市场。从2001年8月到2002年7月,郎咸平在内地担任的第一个职务是大鹏证券研究所的顾问。从2001年年初到2003年年底,他担任《新财富》杂志的学术顾问,这是他在内地做的第二个职务。2002年3月到2003年3月,郎咸平担任第一龙浩农业策略控股有限公司(0875.HK)独立董事,在公司管治及适应中国内地市场等方面给予专业意见,报酬大约为6万港币。

担任独立董事虽是平生第一次,但这件事被媒体批评较多。短短几年间,他频频出现在中国大陆各大媒体与论坛上,时有惊人之语,知名度与日俱增,不但把那些与他同龄的大陆经济学者抛在后边,其影响力也直追国内老牌经济学家,身价倍增。从3年前的默默无闻到如今的如日中天,经济学家的“造星”运动的确不同凡响。

长期以来,市场一直在质疑郎咸平是否是在自我炒作。郎咸平也坦陈自己是在自我炒作:“很多人讲过这话,我有没有自我炒作的嫌疑呢?肯定是有,因为做这么多大公司,肯定是关注的焦点。”

“如果我是现实的经济学家,我希望我的言论能产生影响力,所以我必须得炒作,不然谁会注意我的话呢?因此我特意挑大公司来研究。我从不讳言我不想做小公司:一、我想炒作,真的;二、小公司的资料不好搜集,大公司资料多报道多,容易做出好的案例来。这是不得已的选择。炒作是非常重要的,不炒作谁听得到我的声音?商人需要低调,经济学家就是要高调。我肯定要炒作自己。”

从攻击德隆到介入仰融案等,还有对TCL、海尔、格林柯尔等知名企业的批评,直到接到格林柯尔的律师函,在香港被顾维军告上法庭,郎咸平善于抓住每个事件迅速提高自己的知名度,从众多经济学者中脱颖而出。

暂且不论其学术理论上的的是是非非,郎咸平的做法其实是一种很实用、很科学的“自我营销手段”。他完全可以被树立为当今经济学术界“自我营销”的典型。而在他的身后,大大小小的经济学者们各具特色的营销行为也是异彩纷呈。概括起来,一般可以归纳为“三步走”:第一步,通过与企业的合作成为其受雇者及“形象大使”;第二步,打通政府这一关,受聘于政府担任经济顾问、委员会委员等职务;第三步,这些经济学家回归本位,以学术



研究专家及公共知识分子的身份在媒体、大学讲台上引经据典，用“缜密”的经济理论证明自己的观点与决策是多么正确。这样，他们不但赢得了公众的信任，而且赢得了政府、受雇企业及更多对其“青睐有加”的利益集团的信任，为下一轮“三步走”奠定坚实的基础。在经济学者自我营销下，经济学界空前繁荣，这也引起了学界对经济学家道德问题的争论。

台湾已故经济学家夏道平先生曾说过，通常被称为经济学家的那群人，就其思想言论的底蕴可分为三类：一是真正的经济学家，二是经济工程师，三是特定经济利益的发言人。这三种人都同样使用经济学的一些名词、术语和某些模型，他们的文章又都在讨论经济问题，很自然地要把他们都叫经济学家，实则是具有显著区别的。

中国不缺经济学家，经济学的显学地位让他们活跃于各个领域。如詹小洪教授的《京城十类经济学人》所描述的那样，有决策圈经济学人、议会经济学人、方案经济学人、讲坛经济学人、课题经济学人、绿卡经济学人、公司经济学人、民间经济学人、诸侯经济学人、报章经济学人。并且其中的一些人能通过“玉泉山上雕文字，皇城根下出思路，三里河边作规划，勤政殿群儒舌战”等途径，对经济决策施加相当的影响。

实事求是地讲，经济学家自我营销本来无可厚非。市场经济的一个重要特征是生产要素的自由流动，营销就像化学反应中的酶，其存在就是促进要素流动的顺利进行。经济学家合理地使用营销手段，使自己的研究成果被接受和采纳，这也是正常的和值得肯定的。美国经济学家曼昆认为，经济学家应努力“以科学的态度来探讨他们的主题”。但如果为营销而营销，“有哗众取宠之心，无实事求是之意”，就会伤害经济学人和经济学本身。只有老老实实地用科学的态度来对待科学，将自己的学术研究和公共言论都建立在科学理性的基础之上，这才应该是经济学家不懈追求的目标。因此，我们希望，少一点于事无益的炒作，多一点实实在在的争鸣，为经济学者的自身发展考虑，也为了我们所喜爱的经济学的未来。

二、西方信息经济学

西方信息经济学的发展大致从20世纪70年代开始，目前这一理论的发展方兴未艾，处于当前经济学研究的前沿。鉴于此，1996年度诺贝尔经济学奖授予了英国剑桥大学的詹姆斯·莫里斯教授和美国哥伦比亚大学的威廉·维克里教授，以表彰他们对西方信息经济学研究做出的贡献。

西方信息经济学主要研究在非对称信息情况下，当事人之间如何制订合同——契约及对当事人行为的规范问题，故又称契约理论或机制设计理论。

从本质上说，西方信息经济学是非对称信息博弈论在经济学上的应用，是微观经济学的新发展。博弈论研究的问题是决策各方的行为发生相互影响



时各自的决策以及这些决策所能达到的均衡，而信息经济学研究的问题则是决策各方的行为发生相互影响时存在着非对称信息。在这里，非对称信息指的是某些参与人拥有但另一些参与人不拥有的信息。比方说，银行贷款时，借款人的有些信息如真实偿债能力只有他自己知道，而银行不知道，因而有些贷款收不回来，形成银行的呆账。反过来，银行今年的贷款发放方案只有自己知道，而借款人不知道。在双方商谈时，这些信息都要影响双方的贷款利益。信息经济学所讨论的信息即指这种影响双方利益的信息，而不是讲各种可能的信息。不对称信息按内容可以分两类：一类是双方知识的不对称，指一方不知道另一方诸如能力、身体健康状况等信息，这是外生的、先定的，不是双方当事人行为造成的。对于这类信息不对称，信息经济学称之为隐藏知识或隐藏信息。比如一个公司在雇佣工人的时候，每个工人能力的高低，雇主并不知道。要解决这个问题，就要设计一种机制，能获得有用的信息，或令对方自行给出有用的信息，从而达到一种最好的契约安排。第二类是指在签订合同时双方拥有的信息是对称的，但签订合同后，一方对另一方的行为无法管理、约束，这是内生的，取决于另一方的行为。对于这类信息不对称，信息经济学称之为隐藏行动。比如在签订合同后，雇员是努力工作还是偷懒，雇主不能自由控制。要解决这个问题，就要实行一种激励机制，使雇员采取正确的行动。比如用什么样的工资制度或福利制度，使雇员努力工作。

在具体工作中，我们会在两种情况下遇到不对称信息的问题。按不对称信息发生的时间，在事前发生的信息不对称会引起逆向选择问题，而事后发生的信息不对称则会引起道德风险问题。

逆向选择和道德风险是信息经济学两大基本研究课题。比如，选择一个企业经理，如果事先董事会不清楚经理的能力，而经理自己清楚，会出现逆向选择问题；如果事先双方都知道经理的能力，但签约后不清楚经理的努力程度，则出现道德风险问题或隐藏行动；或者事先都不知道经理的能力，但签约后经理发现了自己的能力，而董事会不清楚，则也是道德风险问题和隐藏信息，因为经理离任有可能带走客户。

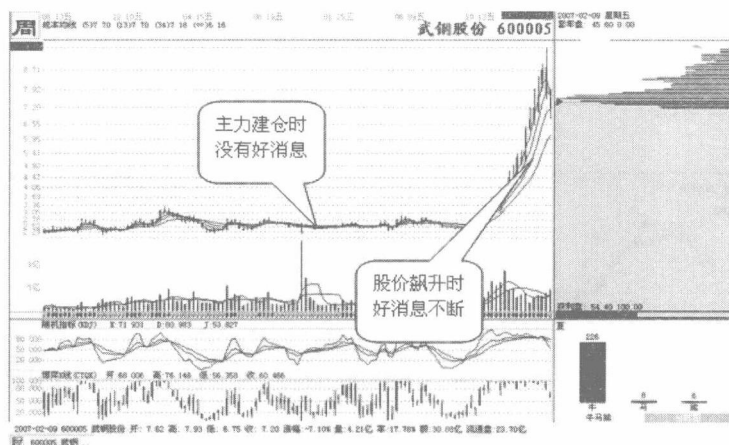
在非对称信息情况下，逆向选择和道德风险是随时可能发生的，西方信息经济学认为，减免的办法就是建立起激励机制和信号传递机制。例如，在可能发生道德风险的情况中，委托人在签订合同时知道代理人的类型，但签订合同后不能观察到代理人的行动，这时委托人就需要设计出一个最优的奖励机制，诱使代理人选择委托人所希望的行动。而在出现逆向选择时，委托人在签订合同时不知道代理人的类型，不知道代理人的私人信息，他就必须通过一种“信号传递”机制来改进这一情况，即让拥有私人信息的一方想办法将信息传递给没有信息的一方；或者，后者诱使前者披露其私人信息。

西方信息经济学对研究当前我国的经济问题有着重要的作用。如建立现



代企业制度，国家和经营者之间存在着信息不对称问题，类似的不对称信息也存在于税制改革、信贷保险市场、证券市场、工资制度、社会保障体制中。那么在这种不对称信息情况下，如何建立和运用激励和监督机制、信息传递机制，西方信息经济学提供了理论和方法论的重要参考。

案例 1：

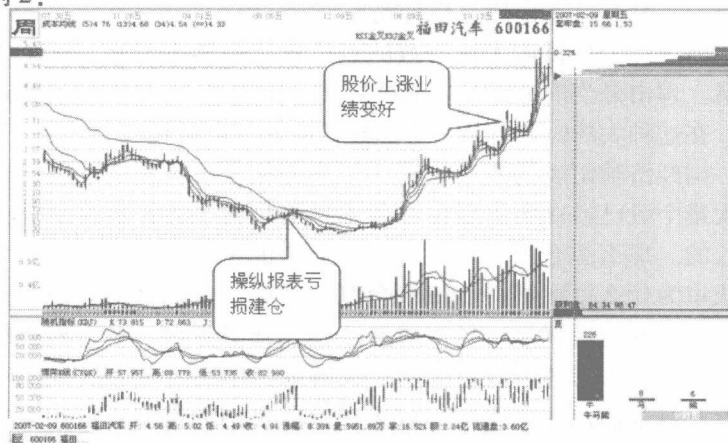


信息经济学：

A. 利用信息，主力庄家进行操纵是股市机构常用的手法。这说明主力机构与上市公司勾结在一起，早就知道这些信息。

B. 股市狙击手运用信息经济学，要看具体情况。如果该上市公司的利好信息出来后，股价已经大涨了，那主力机构则会利用利好信息出货，这时股市狙击手则应以先出局为上策；如果利好信息出来后股市是在还没有上涨的情况下，则主力会洗盘后再慢慢上攻，然后再找机会拉升。

案例 2：



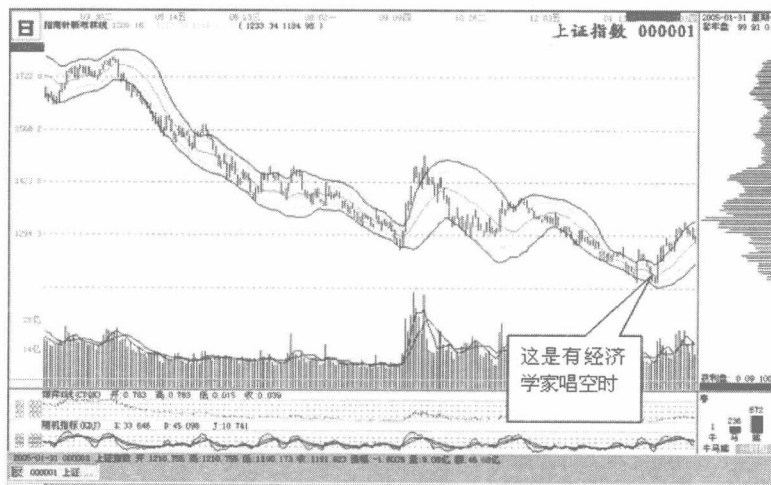
信息经济学：

A. 利用信息操纵上市公司财务报表，是主力庄家最拿手的好戏。股市信息很多时候只能是成为上市公司及主力庄家手中的工具。

B. 信息经济学最大的风险是道德风险，有些机构会让部分唯利是图的经济学家成为其利益的代言人来误导投资者。这种风险看似无意实则故意，风险最大。

三、成为利益集团的代言人

案例：



本周（2005年2月3日）两地大盘指数先是缩量探底回升，周三放量上攻后又呈现出了冲高回落的态势；周K线以上影线较长的小十字阳线报收，成交量比上周略有增加，显示了多空双方两股力量冲突后的平衡格局。为什么本周两股力量会有这么强烈的冲突呢？

原因很简单：一是目前大盘指数的点位肯定是四重大底，这个中长期底部不容怀疑。理由是当前世界经济继续好转，出现了15年来首度全球同步上扬的景象。在这种大的时代背景下中国经济向好不可逆转。

作为一国经济晴雨表的股市处在3年来的低位，再度向下跌已经不可能了，并且大量个股已经在历史低位具备了投资价值，而且部分上市公司的业绩是在增长的。那么综合所有因素，目前股市的中、长期大底是可靠的。既然如此，股市为什么每次刚一上涨就会跌下来呢？这就是另外一股力量的作用了。这股做空的力量就是市场短线缺乏热点强势板块，缺乏能持续上涨调动人气的板块或龙头个股。股市之所以没有能持续上涨的强势龙头个股，原因是目前宏观政策还是银根紧缩的政策，金融机构的资金不放出来，市场主力机构融资渠道减少，机构没有后续资金，不敢盲目做多，只能运做超跌反



弹的自救行情，所以不会有能持续上涨的强势龙头板块或强势龙头股出现。因此，多空双方这两股力量出现了强烈的冲突，才出现了目前这种大盘指数放量反弹后就是连续的缩量回调，因为在底部区域下调的幅度不大时就会有资金进场抄底，于是地量企稳后就会出现反弹。另外，还有一些不怀好意的造谣者，说什么国有股减持呀、全流通呀，现在是解决全流通的最好时机等等。最可气的是这些家伙还利用一些三流的经济学家在网上发表文章来造谣，搞得投资者人心不安。如果投资者仔细想一想，这些谣言不攻自破：为什么这种全流通的谣言总是在大盘指数的底部开始在网上发表，而不是在大盘指数相对高位的时候在网上发表？在大盘指数的底部发表这种文章是什么人的帮凶？是何用意？说白了不就是想让投资者在底部斩仓出局嘛。用心之恶毒是显而易见的。全流通必须通过国家有关部门立法来解决，政府在制定方案前必须考虑到二级市场投资者的利益如何补偿，而且必须要提前告诉所有的投资者，并且要有时间表。可是那些不怀好意的家伙，总是在每次的大盘指数的底部把这种谣言再造一遍。我们回顾一下最近两年的大盘指数的4次筑底，每次网上都有这种国有股减持、全流通的造谣文章。一些经济学家拿了某些机构的钱，就不留神成了股市中“坏人指路”的角色。普通的投资者在不明真相的情况下只有上“坏人指路”的当。“坏人指路”的谣言，也是股市投资者人气不能恢复的重要原因之一。

目前股市多空双方的平衡格局短时间还难以打破，笔者认为只能在反复震荡筑底的过程中以时间换空间，进一步夯实中、长期底部。大盘指数将会在矛盾冲突中慢慢由量变到质变，然后由反弹——回调——洗盘——震荡，逐步向反转过渡，这就只是时间问题。那么，针对目前的情况，操作策略应该是：坚信目前的点位是中、长期底部区域，放量上攻是短线反弹，缩量回调是洗盘筑底。坚持低吸高抛的战术，着眼于中、长线建仓的战略，等待大盘指数由量变到质变的中级行情来临。

第三节 信息的两面性

重大信息延迟披露而营造出的时间差，成为内幕人士牟取暴利的工具。而在这背后，反映出中国证券市场制度上的缺陷，以及监管缺乏力度。

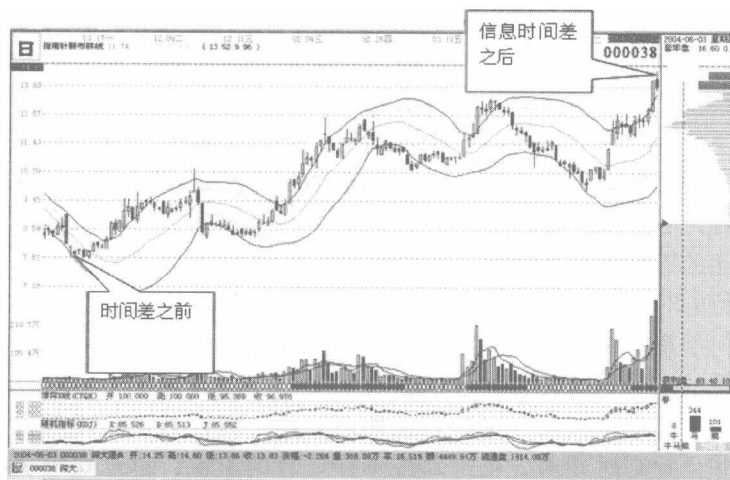
一、营造“时间差”

有多家上市公司，都在重组过程中出现过“时间差”现象。

2004年7月21日，深大通A（000038）因涉嫌信息披露违法，被证监会立案调查——从2004年年初起，在没有明显利好消息发布的情况下，其股价从8.43元逐渐上涨，至6月达到最高价14.15元，涨幅72%。



案例 1:



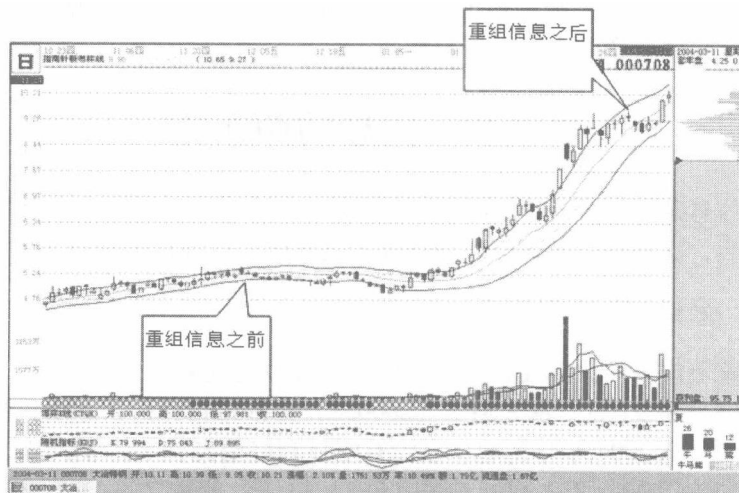
信息经济学:

A. 证券市场上打信息披露的时间差，影响极坏，成了大家见怪不怪的事情。于是天天有人在证券市场靠打听消息来作为投资股市的依据。

B. 更有些股市小骗子自己做股票赔了钱，就以“消息灵通人士”到处去骗投资者的信息费，还真有人上当。其实上当的投资者只要用脑子想想就会明白，如果这些人真有可靠的信息的话，自己去赚钱就可以了，还来让大家都赚吗？何况其股市也不可能让大家都赚钱。

有证据显示，大冶特钢（000708）也想玩一把“时间差”，只不过在玩的过程中被媒体揭穿了。

案例 2:



信息经济学:

A. 主力机构庄家利用打信息披露时间差来操纵股价, 往往是信息披露时股价已在高位。

B. 根据笔者的经验, 主力机构对该信息的控制绝严, 一般情况下除老板和首席操盘手外, 是不可能让其他人知道的; 而上市公司的老板和首席操盘手是连自己的老婆也不会告诉的。

6月24日, 大冶特钢(000708)由于未及时澄清被中信泰富收购的信息, 深交所对其董事长朱宪国予以公开谴责。

对有关股价在资产重组公告发布之前两个月内疯涨108%的原因, 王仅解释称: “那是二级市场的行为。”

二、动机是坐庄

对于上市公司大玩“时间差”的原因, “大多在于让知情人提前介入, 以便套利”。一般上市公司的股价能够在短期内上涨到30%以上, 而且增长趋势比较稳定的话, 肯定是有主力坐庄。自然的信息扩散, 比如上市公司董事、证券公司、律师事务所、会计师事务所的知情人告诉给自己的亲戚朋友, 毕竟参与的资金有限, 不会对股价产生根本性影响; 股价更不可能长期坚挺, 往往微微上调后, 几天就会掉下来。由于上市公司重组存在众多不确定性, 比如交易对象、价格、交易方式等, 哪一方面出现偏差, 重组都可能前功尽弃。所以不到最后一刻, 谁也不能保证重组一定会成功。因此, 庄家在还没有获得十分确切消息的情况下, 也不可能把几个亿的资金投入一家正在进行重组谈判的公司, 进行一次豪赌。操纵股价, 必然是庄家和掌握上市公司重组进展最确切消息的人互相勾结进行。这些掌握最确切消息的, 基本就是上市公司的核心层。

三、制度漏洞

公司故意设置“时间差”, 在于获取非法利润的驱动。而“时间差”黑幕最终得以发生, 违规公司又往往能全身而退, 症结所在是制度存在明显的漏洞。时间差黑幕的发生, 在伤害了广大中小投资者利益的同时, 也是对中国证券市场制度底线的不断挑衅。

目前中国证券市场只能单向操作, 使投资者对上市公司的监管大大弱化。

在国外, 做空的投资者会想方设法找上市公司的问题, 打压股票, 从而从中获利; 而中国还远远做不到。中国集体诉讼制度迟迟难以建立, 使广大中小投资者对上市公司的监督作用很难发挥出来, 这也是导致“时间差”黑幕的原因之一。

另外, 现行法规也存在一些并不十分明确的地方。

大冶特钢、春晖股份、大厦股份等公司董事会秘书, 在接受记者采访时,



大都解释称“大股东只是签订框架协议，股权转让还存在众多变数”。

事实上，现行法规对“存在变数的重组”是否进行信息披露已有明确规定。

2002年12月1日，《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》（下称“管理办法”）开始正式施行。该《管理办法》和当时一起出台的《上市公司收购管理办法》，被视为中国证券市场法制建设的一个里程碑。

《管理办法》第二条规定，上市公司股东持股变动，是指投资者持有的上市公司股份数量发生或者可能发生变化的情形。

也就是说，上市公司股东持股“可能发生变化”，也应该进行及时披露。

但何种情况才是“可能发生变化”，难以用量化的指标来进行界定，这就使大量的上市公司可以钻政策漏洞。

“框架协议不披露有其合理性。股权转让，尤其是国有股权转让在框架协议签订后还需要国资委、证监会的层层审批，确实存在很大的不确定性。”

“在股权转让没最终达成之前，如果提前公告，还可能惹上乱公告、炒作股票的嫌疑。所以上市公司对于公告发布的‘度’也比较难把握。”

四、监管乏力

从国际证券市场发展历程来看，“时间差”黑幕难以完全杜绝，关键是要控制好度的问题。提前知道内幕消息并对外扩散的人，总是客观存在的。“比如，扩散给亲戚朋友，这样的行为就很难界定，更难确认是否违规。但泄露给机构，并联合坐庄必须要受到严惩。”

20世纪80年代华尔街曾经出现内外勾结操纵股票被大规模查处的案例。“揪出来一个后，一个咬一个，最后抓出来一大串。”此后，美国查处力度加强，惩戒力度更大。现在，美国这样的问题就少了很多。中国证券市场“时间差”黑幕的出现，在制度本身比较完善的情况下，问题关键出在执行中的惩戒力度不够和执法不严上。

深交所、上交所对于信息披露不及时的公司，大多以谴责为主。像大冶特钢股价波动极为明显，公告发布明显包含虚假陈述的上市公司，深交所也仅以谴责了事。

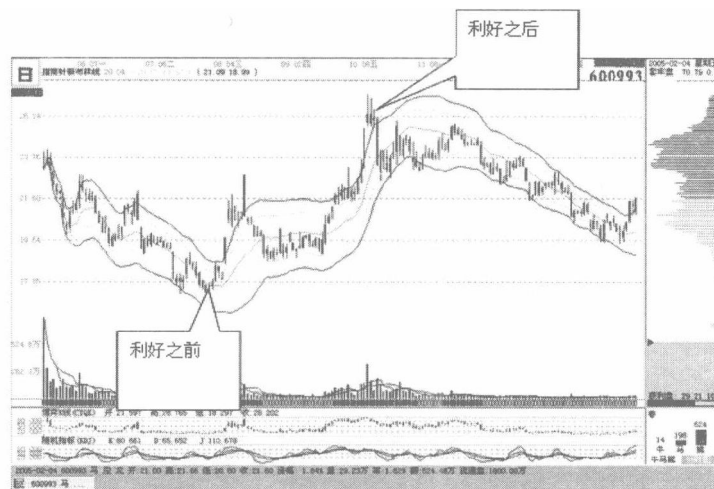
而立案调查，很多情况下往往不了了之。

证券欺诈涉案动辄数千万元甚至上亿元。在巨大的利润面前，单纯道义上的谴责，没有意义，更起不到任何作用。如果目前对违规行为实施高压，可能会导致证券市场长时间积累的矛盾大幅爆发。那么一批业绩较差的上市公司，尤其是ST一族，最终面临的将只有退市一条路。监管部门不应为了拯救几个上市公司，而影响了整个证券市场的法制化进程。当然在实施铁腕之前，要对监管强化可能带来的股市动荡，有足够的重视和防范。“惩处的力度要大一些，搞得几个公司倾家荡产，操纵股价的行为才能得到遏制。”



例如前一段时期证监会稽查二局（职责是调查操纵市场、内幕交易违法案件）和公安部证券犯罪侦查局联手，严查二级市场内幕操作，起到了很强的威慑作用。

案例 1：

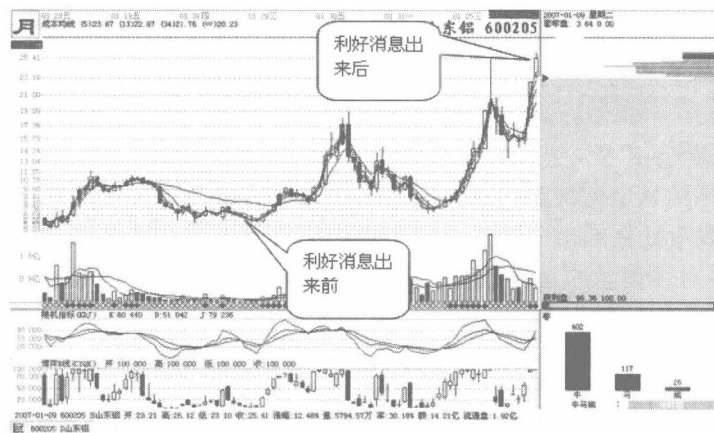


信息经济学：

A. 主力机构老板和首席操盘手对信息的严密封锁，一方面是股市坐庄成功的前提保障，另一方面是法律上的考虑。无论从哪个方面考虑，这个信息只能控制在不超过 3 个人知道的范围。

B. 所以笔者以多年首席操盘手的实战经验告诉读者朋友们，股市所谓的“消息灵通人士”，百分之百都是道听途说的小骗子，这些小骗子永远也不可能提前知道股市的信息。

案例 2：



信息经济学：

A. 利用信息反向操作。近年来由于股市获利难度的增加，主力机构庄家也在不断创新。

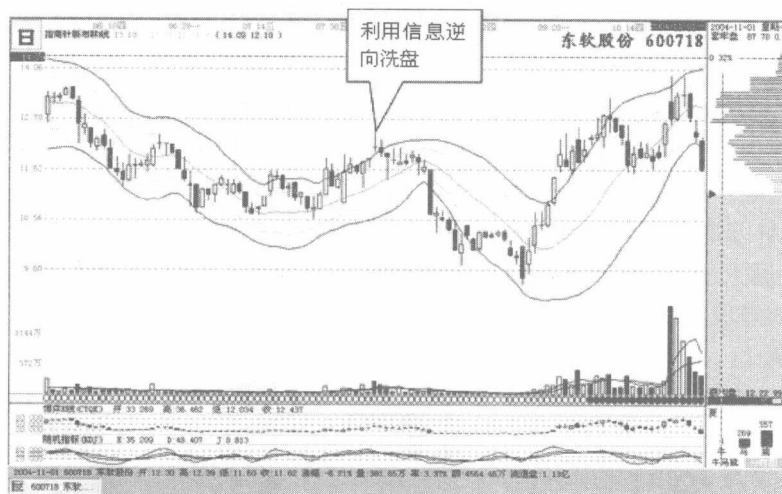
B. 利用利好信息短线拉高出局反手打压股价作空。这也是主力利用投资者心理逆向操作的思路；但主力机构的这种逆向操作只有在股市低迷，大势不好时才用，才有效果。如果上市公司后市有重大利好消息，一定是先把股价炒得涨几倍后，再公布利好消息。

第四节 信息经济学的运用

一、股市信息的运用

1. 信息运用的案例

案例 1：



信息经济学：

A. 利用信息逆向洗盘，然后反复波段运作，以等待时机成熟。

B. 当股市处在熊市中时，整个市场信心不足，主力机构庄家只能是耐心等待。这个时候信息的运用则就变得较为复杂，主力机构庄家在这种情况下一般不会有太大的作为。

2004 年 8 月 10 日，东软股份发布了一个信息公告：

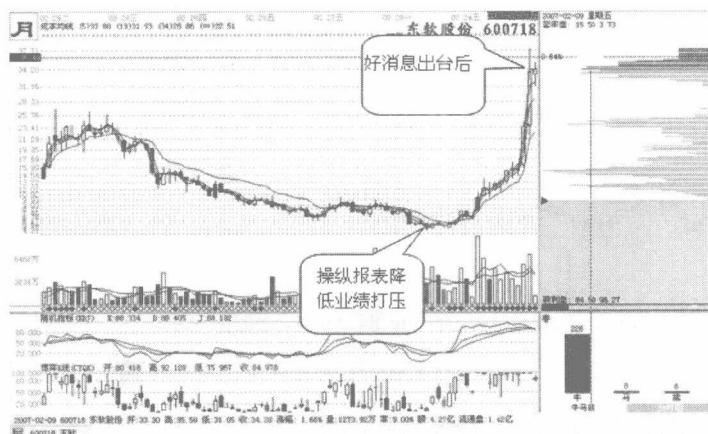
2004 年 7 月，东软数字医疗公司已经收到飞利浦（中国）投资有限公司支付的全部资产售价款，计人民币 59415 万元，东软数字医疗公司、飞利浦



(中国)投资有限公司和飞利浦电子中国集团已经分别完成对合资公司的出资。

公告该信息的当天——2004年8月10日,该股上午停牌一小时,上午10:30开盘后该股即跳空高开,快速上攻,在股市较为低迷的情况下,10分钟内涨幅达到6%,随即展开洗盘。

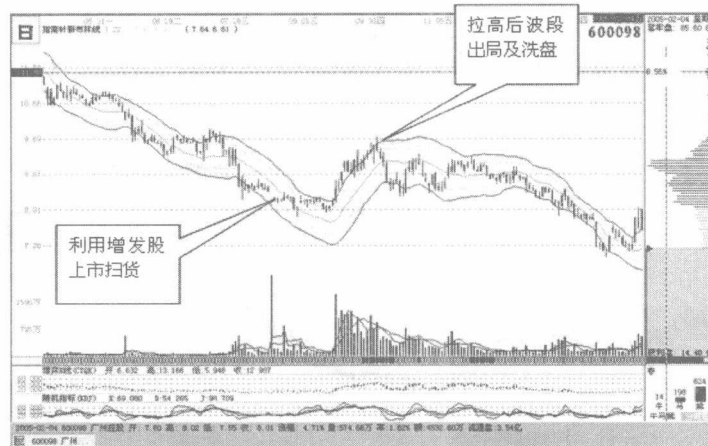
案例2:



信息经济学:

- A. 主力机构建仓时总是上市公司只有坏消息,业绩下降或亏损等。
- B. 当股价炒到翻几倍时才能听到上市公司的好消息。

案例3:



广州控股(600098)增发1.2亿股A股的信息

信息经济学:

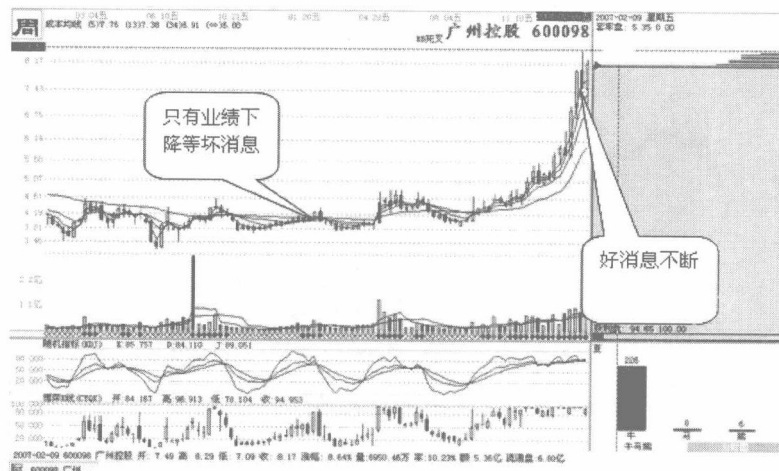
- A. 主力机构庄家对信息的运用也是根据股市不同时期的情况来定的。比如该股增发新股流通后股价在低位,主力必然会扫货;如果市场气氛好、人



气旺的时候，主力肯定会有 50% 以上的涨幅。

B. 但是股市大势是熊市，没有人对股市有信心，主力机构只好小幅拉升后，波段少量获利出局，洗盘打压股价，以便等待时机成熟后再进行运作。这些股市的实际变化是股市狙击手要看清楚的。

案例 4：



信息经济学：

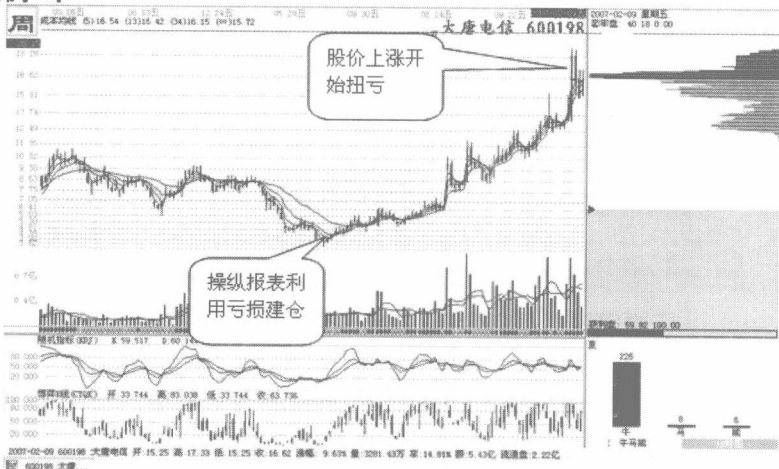
A. 主力机构建仓时只有业绩下降等坏消息。

B. 股价翻倍后才有业绩好转等好消息。

2. 股市信息战中的陷阱

股市的信息有真、有假、有好、有坏，有有用的，也有没有实用价值的，关键看主力机构如何利用。

案例 1：



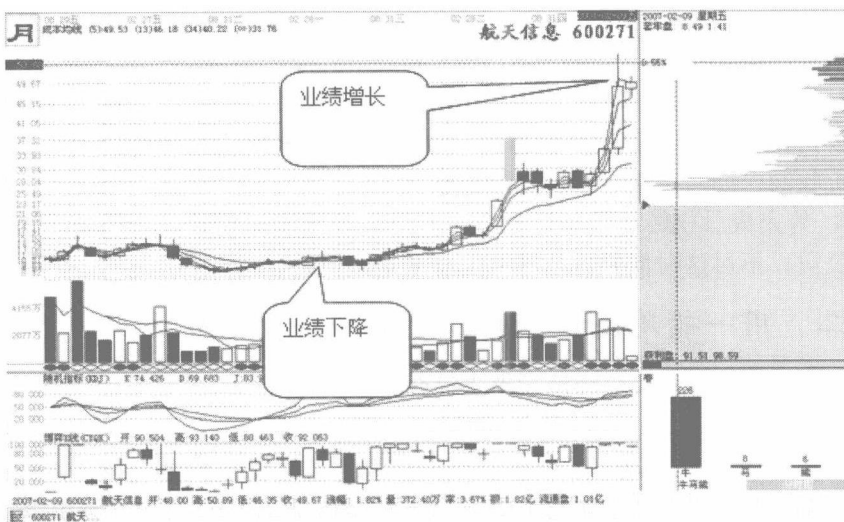
信息经济学：

A. 股市信息有真有假。所谓股市真的信息是对上市公司长期发展实实在在的好消息；所谓真的假消息，是信息是真的，但是对上市公司的发展并没有支持。

B. 比如上市公司有一个与微软公司谈合作的消息，属于真的假消息。该主力对该消息的运用比真的好消息用得还要认真。我们通过信息发布前与信息发布后的对比则能清楚地看出庄家的意图，该信息庄家只能短炒利用，对上市公司并无实际价值。一家公司与另外一家公司谈合作是天天都有的事，能不能合作成功，合作成功了能不能赚钱，都是一年后才能知道的事情，现在对上市公司来说没有实际价值。

C. 操纵财务报表让上市公司大量亏损来打压股价，好在低价位建仓；等把股价炒上去后再度操纵财务报表，让业绩扭亏为盈。

案例 2：



信息经济学：

A. 真实的好信息披露之前，主力庄家会利用该信息将股价大幅炒作的。如果在股市大盘相对平稳的时候会将股价炒得高点，如果大势是牛市，那就更牛；如果大势是熊市，则效果就会差一点。

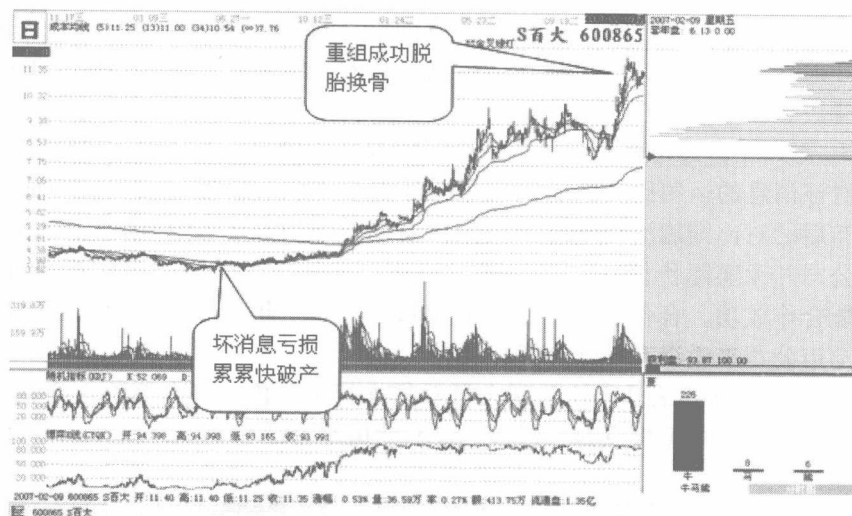
B. 该股的信息披露是在大势较好的情况下，因此主力做多的愿望非常强烈，股价炒作也较理想。

股市的上市公司利好信息有真假之分，往往是假的真信息比真的真信息主力庄家短线利用得更疯狂。

而真的真信息主力庄家则会从长远的角度考虑，细水长流慢慢利用。这是主力庄家对上市公司利好信息利用的不同。



案例 3:



信息经济学:

A. 上市公司的大股东如果想自己收购上市公司或自己的直系亲属来收购上市公司, 就会在财务报表上操纵, 业绩是亏损累累, 快要破产了, 这样可以低价收购, 同时二级市场上也好建仓。

B. 等完成股权转让后重组成功, 上市公司就脱胎换骨, 业绩增长转变成了好公司; 不过这时候股价已经涨了好几倍。

二、用一般均衡模型透视宏观经济动态轨迹

(一) 2004 年诺贝尔经济学得主简介

芬恩·基德兰德 (Finn E. Kydland)

现任卡内基 - 梅隆大学和加利福尼亚大学圣巴巴拉校区教授, 以及德拉斯储备银行和克里兰储备银行的副研究员。基德兰德 1943 年出生于挪威, 现年 60 岁, 是挪威公民。1968 年从挪威经济与工商管理学院毕业, 获得经济学学士; 1973 年从匹兹堡的卡内基 - 梅隆大学获得经济学博士。基德兰德的研究领域主要是经济周期、货币和财政政策以及劳动经济学。目前, 在卡内基 - 梅隆大学给博士生开设高级经济分析, 为本科生讲授宏观经济学和定量经济分析。

基德兰德的代表性文章有 2001 年发表于《政治经济学》的《家庭生产与建筑时机的结合》; 2000 年发表于《美国经济评论》的《货币总量与产出》; 1999 年发表于《经济动态评论》的《内生货币的供给与经济周期》; 1995 年发表于《经济史探索》的《作为规则的金本位》; 1994 年发表于《美国经济评论》的《贸易差额与贸易条件的动态关系: J 曲线?》; 1992 年发表于《政



治经济学》的《国际实际经济周期》；1988年发表于《经济计量学》的《跨时偏好与劳动力供给》。

基德兰德担任的职务和所获奖项有：1992年至今，经济计量学会会员；1996年至今，担任《动态宏观经济学》杂志编委；1982~1983年曾获胡佛研究院约翰斯托佛（John H. Stauffer）国家奖学金；1973年获卡内基-梅隆大学的亚历山大亨德森奖。

在得知自己获诺贝尔奖的消息后，基德兰德表示：“这太神奇了，主要是因为 I 能够以一个经济学家的身份获得这项殊荣。诺贝尔奖委员会一定是看到了我工作中那些值得付出的东西。”基德兰德此前曾在1969年和1989年两次获得诺贝尔经济学奖提名，但最终都与该奖无缘。

爱德华·普雷斯科特（Edward Prescott）

他是自2000年以来第5位获得诺贝尔奖的美国人。1940年普雷斯科特出生在美国的纽约州，现年63岁，美国公民。 he 现在是亚力桑那大学教授、联邦储备银行明尼阿波利斯分行的高级顾问。研究领域为宏观经济学、一般均衡理论与应用、收入差别与计量学。普雷斯科特1962年毕业于Swarthmore学院。1967年获卡内基-梅隆大学经济学博士学位。普雷斯科特执教过多所美国名校。1967~1971年，在宾尼法尼亚大学任助教；1971~1980年期间，普雷斯科特先后担任卡内基-梅隆大学的助教、副教授和教授；1980~1998年，担任明尼苏达大学经济系教授；1998~1999年成为芝加哥大学的经济学教授；1999~2003年以后，普雷斯科特一直执教于亚力桑那大学。

普雷斯科特的社会职务还包括：1988年至今，担任美国经济研究局副研究员；1992~1995年，经济动态与控制协会主席；1992~1994年高级经济理论协会主席；1990~1992年《经济理论》主编；美国艺术与科学院院士。

除了瑞典皇家科学院公告中的贡献外，普雷斯科特的经济学贡献还包括：与卢卡斯合作探讨了不确定下的投资问题和无穷区间的价格存在性问题；和Mehra合作提出了金融理论的“风险溢价难题”（载1985年《货币经济杂志》）。该难题引起国际上众多优秀经济学家和金融学家的兴趣，大大促进了金融学的研究；迄今该难题仍未得到彻底的解决。与Hodrick提出数据平滑处理的普雷斯科特（Hodrick-prescott）滤波方法。

普雷斯科特在增长与发展经济学方面的贡献集中体现在2000年麻省理工学院出版的《致富的障碍》一书中。该书讨论了增长的核心问题“为什么世界上的国家不能和美国一样富裕”。此外，普雷斯科特还合编了一些有影响的著作，如1987年明尼苏达大学出版社出版的《跨期贸易的契约安排》（与华莱士合编）。

普雷斯科特至今发表了大量的学术文章，涉及经济周期和经济增长、计量经济学、一般均衡理论、货币方法论和经济政策。目前，普雷斯科特正致



力于中国经济史和经济大萧条等重大问题的研究。

在现代宏观经济学发展进程中,芬恩·基德兰德与爱德华·普雷斯科特(以下简称基·普)这对黄金搭档令人久仰。他们共同发表的一系列研究成果,无论是理论本身,还是思想方法,都对传统进行了颠覆。2004年10月11日晚,诺贝尔经济学奖的桂冠终于降临到这两位长期合作者头上。瑞典皇家科学院在公告中,表彰了“他们对动态经济学所做出的贡献:经济周期的根源和经济政策的时间一致性”。这两位学者的理论贡献简要评述如下。

(二) 实际经济周期理论

基·普最具代表性的工作始于二人1982年合作发表在《经济计量学》上的《置备资本的时间和总量波动》。他们的经济周期思想可从3个方面进行说明。

1. 经济波动产生的根源

基·普排除了货币因素作为经济波动的出事根源的可能性。按照他们的分析,经济周期波动的根源是实际因素,其中特别值得注意的是技术冲击。经济经历着技术冲击,这种冲击决定了投入(资本与劳动)转变为产出的能力,引起了产出与就业的波动。技术冲击具有随机性质,它使产出的长期增长路径也呈现出随机的跳跃性:当出现技术进步时,经济就在更高的起点增长;若技术恶化或下降,经济将出现衰退。当技术冲击最初发生于某一个部门时,由于社会生产各部门之间存在着密切的相互联系,它会引起整个宏观经济的波动。同样,宏观经济的持续波动可以是由连续的单方的技术冲击造成,也可以是由一次性重大冲击带来的。这里,技术冲击是广义的。许多事件并不是技术性的,但也像技术冲击一样影响着生产函数,如原材料和能源价格的变化、气候的变化等。

2. 经济波动的传播机制

为什么对经济的冲击有长期效应?在基·普的分析中,由技术冲击引起经济波动的核心传播机制是劳动供给的跨时替代,即在不同时段重新配置工作时间的意愿。该论点认为,工资短暂变化的劳动供给弹性很高。人们关心自己的整个劳动成果,但并不太关心什么时候工作。假设他们在两年的时间里,计划以现行的工资,工作4000小时。如果两年中工资是相等的,他们每年会工作2000小时;如果工资在一年比另一年高2%,他们可能情愿在一年中工作2200小时,放弃休假并加班加点工作,而在另一年只工作1800小时。通过这种在两年间的替代方式,他们的工作总量不变,但能赚得更多的总收入。要注意,劳动的跨时替代并不意味着劳动供给对工资的永久性变动很敏感。如果工资上涨并继续维持在较高的水平上,在这一时期比下一时期工作的更多并不能多得到什么东西。因此,劳动供给对工资的永久性变动的反应可能是微弱的,尽管他们对暂时性工资变动的反应是巨大的。

这样,如果技术冲击是暂时的,使得当期的实际工资暂时地高于标准工



资，那么劳动者将以工作替代闲暇，提供更多的劳动。由于产量和就业量均上升，而在预期实际工资较低的将来少工作，因此真实工资的暂时变化会有一个大的供给反应。通过跨时劳动替代对外来冲击的反应形成了经济波动。可见，一次性技术冲击能够引起实际产量的持续波动。

3. 基本结论

传统的凯恩斯主义和理性预期学派都认为，需求冲击似的短期中的经济偏离长期趋势，出现经济周期。所不同的是，前者认为这种偏离可能是剧烈的而且持续时间较长，因为需要政府实行干预政策，使就业回到充分就业均衡趋势水平。而后者认为，市场力量具有保持均衡的能力，积极的稳定政策是必不可少的。由于将技术变动作为经济波动的根源，基·普的结论与上述经济周期理论有着根本的区别。

(1) 政府无须干预经济。基·普认为，政府花费大量成本来稳定经济，但结果很可能对经济不利。经济波动是在完全竞争环境下生产者和消费者对技术冲击进行调整的最优反应。经济周期在很大程度上表现为经济基本趋势本身的波动，而不是经济围绕基本趋势的波动，即周期不是对均衡的偏离，而是均衡本身暂时的波动；既然是均衡，便具有帕累托效率，不存在市场失灵。因此，旨在熨平经济波动的政府干预只能改善一部分人而不是所有人的福利水平。所以，普雷斯科特指出：“这项援救的政策含义是，为经济稳定性而付出代价高的努力很可能是反生产的。”

(2) 货币中性。基·普认为货币供给是内生的，产出波动自然会引起货币攻击的波动。货币服务是银行部门的生产的产出，其数量随着真实经济的发展而上升或下降。其他部门产出的增加，将增加对交易服务的货币需求；银行系统会通过创造更多的货币对此做出反应。这种货币的增加来自于对货币的内在需求，而不是外部货币政策的变动。从而，货币数量的变化对经济没有真实影响，即货币是中性的。

基·普对经济周期别具一格的理论角度，有助于更深入地认识经济周期的规律。技术等实际因素的强调促使人们重新思考总攻击的作用，从而能够更全面地认识宏观经济中的决定力量。RBC 自诞生以来就伴随着争论。RBC 蕴含的政策无效理论更使一些在政府部门和中央银行工作的经济学家感到无所适从。RBC 的缺陷也不少，模型只分析一种波动来源，即生产率的变化，而对现实中很多因素（例如货币、税收、偏好等）欠缺考虑。20 世纪 80、90 年代，RBC 针对质疑和抨击予以回应和拓展，在假设前提、模型结论等方面进行了新的修正和完善。但是，这些并不影响 RBC 作为现代宏观经济学的重要进展之一而对经济学未来发展的意义。

（三）最优政策的时间一致性问题

基·普的另外一个突出贡献是最早将博弈论引入宏观经济学中，讨论了



宏观政策的时间一致性（timeconsistent）问题。宏观经济政策的时间一致性是指使经济达到完全竞争、有效率的均衡状态的最优经济政策，随着时间的推移仍然是最优的。

基·普（1977）研究了经济政策与居民预期之间的交互影响。他们发现，居民在做出当期决策的时候，不仅需要考虑到政府当期和以前的政策选择，而且还要考虑政府将来会采取什么政策，以及自己的选择会对政府将来政策选择产生的影响。他们认为，假定最初政府制订了它认为最优的政策，但随后的时间内并不一定停留在最优状态。因为在新情况下，政府可以随时改变政策，公众并没有能力约束政府的行为。政府经过重新考虑的最优政策与最初的最优政策存在一定的差异，这种事先与事后最优之间的差异就会形成最优政策的时间不一致性。

基·普考察了产生这一问题的原因。直观地看，是否存在时间不一致问题决定于个人与社会的偏好是否一致。当个人偏好与社会偏好一致时，政府追求社会福利最大化的政策与个人追求自身利益最大代表的目标是一致的；政府的最优政策能够引导个人的行为，政府没有必要随机地改变政策，宏观经济政策是时间一致性的。当个人偏好与社会偏好不同时，会出现时间不一致问题。但是，由于个人和社会关心的内容不同，两种偏好相互矛盾的情况是很多的。

基·普进一步分析了解决时间一致性问题的办法。他们指出，由于经济个体对未来经济政策的预期会影响其当期决策，只有经济个体预期的未来政策规则恰恰是政府当期的最优政策制定规则时，经济政策才是动态一致的。用技术的语言来说，如果在有约定的情形下得到的均衡解析一致，就不存在最优政策的时间不一致问题。所谓有约定是指这样一种决策环境：政府首先一次性地选择一种政策，然后单个经济人决定自己要采取的行动。这种情形等同于公众有某种手段迫使政府遵守事前的约定。而没有约定的决策环境可以描述为：个人首先选择自己的第一期行动，然后政府选择自己的第一期行动，接着个人再选择自己第二期的行动，如此循环往复进行序列决策。这种情形意味着公众缺乏有效手段约束政府的行为。

基·普的工作奠定了经济政策可信性和政治可行性研究项目的基础。这一研究项目的结果在过去 10 年对许多国家的中央银行改革和货币政策的设计产生了很大的影响。

（四）动态经济学方法论

基·普的贡献不仅仅在于其倡导的理论本身，更在于他的研究方法。

1936 年，凯恩斯《通论》的发表使西方经济学一分为二为微观经济学和宏观经济学。在微观层面，经济学家强调经济主体的理性，消费者在预算约束下效用最大化，生产者在生产函数约束下利润最大化。但是一旦到了宏观



层面，经济学家则依赖于一些和理性及优化完全无关的总体曲线（如 IS—LM 模型和菲利普斯曲线）来解释问题，即宏观模型缺少微观基础。然而，20 世纪后期世界经济的状况使得这种建模方法处于一个尴尬的境地，因为菲利普斯曲线所阐述的通货膨胀和失业率负相关的关系不再成立；与之相反，这两者呈现出正相关的关系。基·普将一般均衡理论应用到宏观经济研究中，对于现代宏观经济学一直努力寻找的微观基础的建立做出了卓越贡献。

基·普为宏观经济学提供的建模方法——动态一般均衡模型（以下简称为 DGEM），推动了宏观经济学向动态宏观经济学演进。经济系统内的许多变量，如经济人的目标函数、储蓄和投资等的任何分析都涉及到时空问题。显然，仅从静态角度研究这些变量是不够的。动态分析方法，从微观经济主体的最优化行为出发建立模型，使对变量的分析更加符合实际情况。DGEM 奠定了当代西方宏观经济学的标准研究范式。1996 年，基·普在《计算实验：一个计量经济学的工具》一文中对该标准方法进行了系统的概括：“它把宏观经济学模型引入了新的领域”，“建立一个最贴近现实的模型：一个被充分描述的随时间变化的人为经济，从而逼真地模拟实际经济的时间序列行为。”

另外，在经验应用方面，基·普也提供了一种与传统的计量方法不同的技术，即校准技术。该技术强调将模型经济的模拟结果与实际数据的统计结果进行比较，进而依据差异对模型的结构和参数等进行调整，以完善模型对经济现实的解释力。

（五）一把犀利的宏观经济手术刀

基德兰德与普雷斯科特以“对动态宏观经济学所做出的贡献”荣获了 2004 年诺贝尔经济学奖。这对“黄金搭档”共同发表的一系列研究成果，对中国经济界同行来讲有什么启示意义呢？如果深入研究其理论机理，把握其理论精髓，可以发现，基·普的理论工具对于解析中国的宏观经济问题同样也是非常犀利，非常有用的。

1978 年以来，中国经济周期开始由传统计划经济时期的“计划型周期”转向“市场型周期”。随着市场经济深化和 WTO 后开放进程的加快，中国经济与世界融合的趋势日益增强。科学技术已成为全球化的火车头，科技迅猛发展正在把世界经济推向知识经济的新时期。以高新技术发展为基调的信息化为发达国家经济增长注入了新的动力因素。信息化不仅带动了新兴产业的发展，而且也使传统产业得到改造。信息产业已成为新型产业和新的经济增长点，是影响经济周期变化的重要因素。经济周期越来越渗透着技术的特征。因此，探讨技术因素的作用对经济转轨、快速发展过程中的中国，具有非常重要的现实意义。比如，有助于看待对教育、高新技术的支持力度问题。再有，技术在国家间差别很大，就是在一个国家的不同时期，差别也非常大。因此，我们需要搞清楚决定技术的因素。



就我国而言，随着经济周期新特征的出现及我国经济周期的转型，我国经济调控的思想、方式、力度等也需要发生转变。尤其是中国加入 WTO 之后，越来越多的人都相信无论是政府还是企业，在市场经济中都应该遵守“规则”。那么，什么是规则？为什么我们要坚持规则？什么是最优的规则？在什么情况下最优规则能够实现？这都需要在理论上加以回答。

在该问题上有两种观点，即规则和相机抉择。最优政策的时间一致性问题有助于人们认清规则与相机抉择之间的实质。可以认为，政策规则描述的是有约定情形下的政策，而相机抉择描述的是没有约定情形下的政策。按照基·普的观点，社会不能在有约定的均衡和没有约定的均衡之间自由选择。因此，社会也不能在政策规则与相机抉择之间自由选择。实际上，在政策规则与相机抉择争论的下面，存在着一个更深刻的问题：政策通常被描述为是由社会选择的，而社会实际上需要选出一个机构或一部分人来做它的代表，因此社会面临的问题与其说是在不同的政策中作出选择，不如说是设计一个政策产生繁荣的过程。从这个角度看，市场面临的是机制设计问题，实际即到底应该赋予政策制定者多少权力。

当前实际生活中，经济政策在时间一致性方面出问题的现象比比皆是。比如 2001 年国有股减持政策的一波三折等；中国证券市场的大量政策都缺乏一致性和连续性；这些缺乏一致性的经济政策使得投资者没有一个稳定的预期，导致了股市的不稳定；相关政府部门所希望的政策效果也就不会出现。如何提高我国经济政策的一致性和连续性，增强经济政策的效力，基·普的理论可以在这方面提供一些启发。

（六）供给冲击：解释中国经济波动的一种思路

当 2004 年诺贝尔经济学奖颁给了实际经济周期理论的奠基人基德兰德和普雷斯科特时，实际经济周期理论也渐渐地走进了媒体与社会公众的视野。这一理论向我们揭示了一个完全设定的、有微观基础的动态宏观经济模型，认为技术变迁对生产函数的供给冲击，是造成经济波动的主要原因，从而强调了供给因素在解释宏观经济不稳定中的重要性。尽管实际经济周期理论在很多方面都已引起了学术界的广泛争论，但对于观察目前处于宏观调控中的中国经济，仍有不少重要的启示。

首先，当近来国际石油价格持续上涨时，供给的冲击是否会对中国经济产生影响，这是我们要考虑的问题。实实在在的供给冲击，使我们意识到供给因素在解释中国宏观经济波动中的重要性。事实上，在对 2004 年中国经济是否存在过热的争论中，我们总是习惯于用需求冲击（如投资者需求膨胀）或货币冲击（如货币供应过快）来解释短期的经济波动，并认为这只是对经济增长的长期趋势（或言潜在的 GNP）的一种暂时偏离。这种冲击对产出的影响最终会消失，同时产出会恢复到它原来稳定的趋势上，却忽略了供给因



素对经济波动的突出影响。

按照实际经济周期理论，不仅需求冲击可以造成经济波动，而且供给冲击（主要是技术变迁）也会造成经济波动。在此，“技术变迁”主要是指包含了政府调控和能源价格显著变化等5项供给因素。并且认为，供给冲击是占主导型的因素，由此突出了供给冲击对解释经济波动的重要性。以此来观察中国经济，例如各地方政府把发展房地产业作为支柱产业，间接地拉动了钢铁、水泥等行业快速增长，还有汽车、氧化铝等行业的无序竞争，经济快速增长导致能源和生产资料产品价格上涨等。这些经济现象都表明，受供给因素冲击的影响，从而改变了经济现存的运行与结构，导致中国经济出现了局部过热的短期波动。由此，供给冲击恰恰能较好地解释构成本轮经济是否过热的原因及影响。

当然，我们并不认同实际经济周期理论对政府调控的作用是非常有限的观点，但至少也提醒我们，对经济的宏观调控，我们不仅要注意需求方面的调控力度，例如控制投资与货币增长过快，而且也要注意供给方面的调控力度，以此来平抑经济波动。

其次，在中国宏观调控已取得了显著成效之后，如何认识宏观调控的长期性与艰巨性，这是摆在我们面前的一个值得思考的问题。在这一方面上，实际经济周期理论也是很有启发性的。

实际经济周期理论区分了引起经济波动的两种机制：刺激机制与传播机制。其中，刺激机制是指最初的冲击，是由短期性波动（或言随机波动）引起的。例如一系列生产资料产品价格上涨，它们有可能会立即消失。但是，由于存在着传播机制，也就是说，最初的这些冲击并没有消失，相反在以后的时间里会持续发生作用或影响，进而有可能产生一个周期。这是我们感兴趣的问题。例如，粮价上涨，生产资料价格和能源价格上涨，是否会对CPI和PPI上升产生持续效应，并演化成新的通货膨胀周期？

由此，我们需要改变传播机制，也就是说，要通过政府调控（实际经济周期理论并不认同这一点），以减少负面冲击的影响。但是，要做到这一点并非易事。因为，当任何一次冲击产生之后，对产出的供给冲击都有可能将永久性地提高产出，因而经济“软着陆”似乎变得更难了。另外，由于传播机制的存在，类似粮价上涨、生产资料和能源价格上涨的滞后效应还有待于观察，在一定程度上加大了我们宏观调控的难度。尽管我们意识到继续完善宏观调控，以此来进一步体现宏观调控的效应，但客观上宏观调控的难度却在不断增加。所以，认识宏观调控的长期性与艰巨性是非常必要的。

上述两个启示告诉我们，在解释中国经济波动时，我们不能仅仅局限于需求方面的解释，更需要从供给方面来解释其产生的原因及影响。但是，我们也不认同实际经济周期理论完全不赞成政府干预的观点。处于转轨经济的



中国经济波动时，需要有政府的宏观调控。不过，当我们考虑到供给因素对经济波动有突出影响时，似乎也应该加强市场化调控，而不完全是行政方式的调控。

（七）总结

从20世纪80年代开始，一批经济学家开始转向实际因素，试图用实际因素去解释经济周期波动的根源，诞生了构成新古典宏观经济学核心的实际周期理论。基德兰德和普雷斯科特共同开创的实际经济周期理论被认为是近20年来宏观经济学最引人注意的进展之一。

基德兰德和普雷斯科特的另外一个贡献是最早将博弈论引入宏观经济学中，讨论了宏观政策的时间一致性问题。此外，他们为宏观经济学提供的动态一般均衡模型（DGEM）改进了以往对宏观经济学分析，使人们开始在更大的时空范围内研究经济问题，推动了宏观经济学向动态宏观经济学的演进。现在，DGEM广泛应用于货币经济学、国际经济学、财政学、劳动经济学、资产定价等领域，显示出强大的生命力。目前在中国证券市场上信息经济学的运用，主要是超级主力机构用来诱导投资者追涨杀跌的工具。在信息不对称及无效市场的中国股市，信息经济学的运用成了超级主力机构操纵媒体，引导投资者在股市追涨杀跌的有效手段。因此，在中国证券市场上运用信息经济学，就不能按照书本上的理论僵化套用，而应该根据股市不同时期的变化、不同时期超级主力机构的真实意图和目的，去灵活应对；该用逆向思维时就运用逆向思维，该用正常思维时就运用正常思维，完全根据各阶段市场的真实意图变化而灵活自如地调整应对策略。



第十章 股市狙击

第一节 价值评估系统

在股市长期生存，并获得持续稳定丰厚的投资回报，必须自己建立一套成熟的属于自己的价值评估系统。没有自己的价值评估系统，那就没有价值标准；没有价值标准，在股市就不可能有定力；没有定力，只要股市有什么风吹草动，就会陷入到追涨杀跌的恶性循环中不能自拔。这是大量投资者在股市失败的致命原因。

股市投资价值评估系统的建立，在前面已经讲过。再补充两点：在股市赚大钱最简单的方法有两种：一是选择绩优有成长性的股票，有核心竞争力的上市公司长线持有；二是选择价值严重低估的股票，价值发现后中线持有。这是两种最稳妥的股价评估方法。另外，还有其它方法，就更复杂些。比如：不同时期的各种热点题材炒作，并购重组，整体上市，人民币升值等等。这类题材只适合短线炒作。笔者有一点要补充：目前市场大部分投资者其实还不明白长线、中线、短线的时间。很多时候笔者出去讲课，有人以为短线就是一周之内的买卖。说实话，这都是过去投资者看了大量错误的股票书籍的误导。长线投资一般指一年以上，中线投资一般指6个月以上，短线投资一般指3个月左右。

建立了价值评估体系后，就可以进入到下面的程序。

一、耐心等待最后一洗

我也许永远也不会知道明天什么股票能涨停板（我自己坐庄除外）。但是选择有核心竞争力的上市公司，有成长性的行业上市公司，有发展前景的上市公司，公司治理结构健康、管理水平较高的上市公司，在大盘指数转势向好时逢低买入，看中线作短线，在黑马个股最后一洗时介入，在股市上涨行情来临后每月获利10%，这些是肯定能做到的。前提是股市高位清仓后一直绝对空仓，在股市下跌时坚决空仓等待，耐心等到股市全都是叫骂声，一而再再而三地有股民自杀后，大盘指数止跌企稳后最后一洗，散户最后一次自杀性地地板价斩仓时再建仓。然而在股市投资理财修炼耐心，能等到最后一洗再介入是一件说起来容易，做起来难的事，其难度好比出家做和尚修炼成得



道高僧一样。

在人类社会的某一时期，许多人都把出家做和尚修炼为僧，特别是修炼成得道高僧，作为一种追求修身养性的途径。为此，很多人都争着到寺庙里出家修炼。当然，要想真正能入进佛家，修炼成得道高僧，要有许多戒律必须遵守，如不杀生、戒酒、戒色等。而且不仅仅是遵守，还要修炼成无此欲。

由此可见，要想真正修炼成得道高僧，真不是一件容易的事。那么，股市的高手在高位出局后的空仓等待时，也会天天面对大盘指数下跌时也有个股上涨，甚至涨停板的诱惑，或者大盘指数下跌途中的抵抗性反弹，再加上媒体、股评的胡吹，机构的宣传攻势，无孔不入地诱惑着投资者进入设计好的圈套。如果能够抵挡住股市的种种小利的诱惑，保持较长时间的绝对空仓，其难度不亚于修炼成得道高僧。

当然，作为现实中的人，这里绝不是让大家去当无欲的和尚。然而，在股市中，这种无“欲”修炼却是投资者能够走向成功的真正前提！

在股市中，我们如何才能把自己修炼成高手？如何才能把自己修炼成真正能挣钱的人？

上涨的股票就如同美女，我们投资者要想把自己修炼成真正的股市高手，把自己修炼成真正能挣钱的人，就要逐渐做到：

第一，不要成天盯着股市，少看股市的涨跌，尤其是那些修炼尚浅、见股票涨就爱激动就想买的人，这样可以不受股市主力机构拉升的诱惑而去盲目地追涨杀跌。

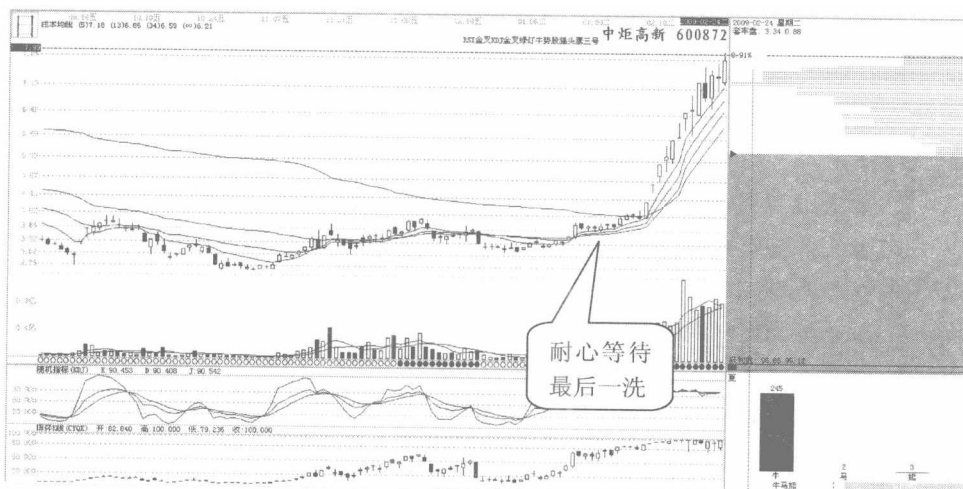
第二，置身于股市当中，要逐渐把自己训练成只按预期的计划做，做到见股票涨而不急，见股票涨而不激动。即自己置众上涨股票（美女）之中而心不动（能按捺住）。只做自己深度研究过、熟悉的股票，等自己熟悉的股票下跌企稳后再介入，这才是进入了可挣钱的境界。

第三，不符合自己的计划、大盘指数狙击时机不成熟的情况下，对于那些上涨的股票根本就无（购买）欲，如大盘下跌过程中的各种反弹中的个股上涨等。换句话说，即使你连拉两个、三个涨停，与我何干？我只按照预定的计划做。真正能做到这种“见上涨而无欲”，才是投资者真正进入“可以挣钱的至高境界”的标志！

如果你无论怎样修炼，都仍然改变不了“股市大盘一涨就爱激动，见股票涨就想去买”的凡人心理，那么你赔钱是必然的，不如趁早离开股市。否则，你的资金会变得越来越少。



案例：



短线狙击第六感：

A. 短线狙击中的第六感对于股市狙击手来说是非常重要的。一个经过长期股市实战的狙击手，经过日积月累就会具备非常灵敏、准确的股市第六感，只有在每次狙击之前有了这种感觉后才能成功。如果进行股市狙击前没有了这种感觉，最好放弃这次股市狙击。

B. 耐心等待黑马股股价的最后一洗，然后再进行短线狙击。

C. 有没有股市狙击的第六感，是您能不能成为一名股市狙击高手的重要标准。找不到股市狙击感觉的人，是不可能成为股市狙击高手的。

二、成功建立在细节上、习惯上

股市成功的投资是在细节上，在习惯上。大师级的股市投资专家，是永远保持股市的逆向思维习惯，总是在空仓中耐心等待机会，选好个股等待下跌，等待大跌。无论什么样的黑马股绝对不追涨，只是等待自己熟悉的深度研究过的黑马股，缩量回调到位后企稳时慢慢低吸买入。拒绝盘中主力机构小利的诱惑，不受媒体的影响。研究的重点放在海内外投资中国股市的大机构动向，充分利用各类机构的研究成果。建立动态的、正确的、科学的、灵活的跟庄机制，拿准市场各大主力机构的“死穴”；将成功建立在理性地利用各大机构及股市各种因素之上，将成功建立在自己深入研究股市本质的细节上，并且养成自己成熟稳定的投资理财习惯。要养成成熟稳操胜券的习惯，必须记住以下几条股训。



1. 投机像山岳一样古老

虽然短短的一句话却道尽了投机市场的百态。我仿佛看到在漫长投机长河中挣扎的人们，即使投资者投机失败后饮弹自尽，投机游戏的本质不会变，人的本性也不会变——贪婪、恐惧、绝望、狂喜。而结局常常在开始的时候就注定。

2. 人弃我取，人取我予

这句话来自我国《史记·货殖列传》。《货殖列传》蕴含着丰富的中国古代私人理财思想。“人弃我取，人取我予”，被司马迁列为出奇制胜的重要策略。在证券市场里，我认为应该把“人弃我取，人取我予”作为自己一种最基本的思维方式来运用，多用这种方式去思考问题；保持对各种预言的警惕，并努力在别人贪婪的时候谨慎一些，而在别人恐惧的时候大胆一些。这讲的就是股市的逆向思维。

3. 买入靠信心，持有靠耐心，卖出靠决心

3句话把投资中具体的投资行为的原则讲得简明、彻底、透彻。回顾自己的投资经历，几乎所有的错误都囊括在这3句话里。

买入股票靠信心，讲的是投资者深度研究个股后，对自己买入的个股有了深度研究之后心里有底了，才会有信心。有的投资者在买股票之前不去研究股票，买入股票后是涨也怕、跌也怕，自然是无法获利的。

持有靠耐心，讲的是自己买入的股票，自己心里有数，有信心才会耐心持有。想在股票市场赚大钱，持有股票的本领要下苦功去学。不管你是否水平研究指数，是否有水平选择股票，真正能使你赚到钱的真功夫就是如何持股。如何持股的道理可不像研究指数、推荐股票那样，几句话就能说得明白、短期内容易提高的。它需要长期投资经验积累，心理素质不断提高，使用控制风险的有效方法。

卖出靠决心。在中国证券市场作股票目前是肯定不能长线投资的，只能是波段获利了结；再好的股票连续放量上涨后也要坚决卖出，等待下跌。

4. 企业价值决定股票长期价格

这句话是笔者研究价值投资理论之后的一句简单概括。经过这10多年的投资实践，笔者觉得要想既保持研究股票又要保持一颗平常心，自己必须要有一套对股票价格高低的判断标准。即使使用的是一些简单的判断标准也没关系，重要的是你一定要有。你对市场的价格高低的看法不能依靠是否在大资金的成本之上下，否则会一味迷信大资金的力量。如果你交易的主要理由来自大资金的痕迹，你不能一边关注价格，却又不交易。你很容易陷入频繁的买卖之中，因为你没有自己的股票贵贱的标准。这样会使你常常去跟随那



些其实跟许多散户同样愚蠢的大资金。在股票市场，一般那些以价值发现、价值挖掘为出发炒作的大资金才容易成功，才容易实现利润。单凭资金优势企图控制市场，脱离了价值大肆炒作，最后结局不会乐观。证券市场越成熟，这点越明显。供给与需求创造价格短期波动，企业内在价值决定长期波动方向。

5. 股市的下跌如1月份的暴风雪，是正常现象

这句话是彼得·林奇的《战胜华尔街》里的一句：“其实股市的下跌如1月份的暴风雪，是正常现象。如果有所准备，它就不会伤害你。每次下跌都是大好机会，你可以挑选被风暴吓走的投资者放弃的廉价股票。”笔者觉得这句话很形象地说明了股票市场的周期性。人们在春、夏、秋、冬的轮回中不知不觉，而对股票市场的涨跌却经常感到惊讶。其实股票市场的涨跌起伏是多么的正常，只是我们的市场有时它的春天太短，冬天太长。

6. 尽量简单

这句话是美国技术分析专家约翰·墨菲在其《股价（期货）技术分析预测学》一书的引言中反复强调的一句话。他的意思是使用技术分析的时候“尽量简单”。笔者理解所谓的尽量简单就是掌握核心思想而运用之。如趋势一旦形成短期不可逆转，选股要选领涨股等。在笔者的实践中也常常提醒自己，尽量使自己的投资理念、投资原则简单。事情简单了也就会变得清晰了，对自己的投资行为约束也就变得有力了，不符合自己原则的事情也就容易抵制了。如阿甘一般，质朴简单的生活蕴涵着乐趣与真正的智慧。

7. 不断地减少交易

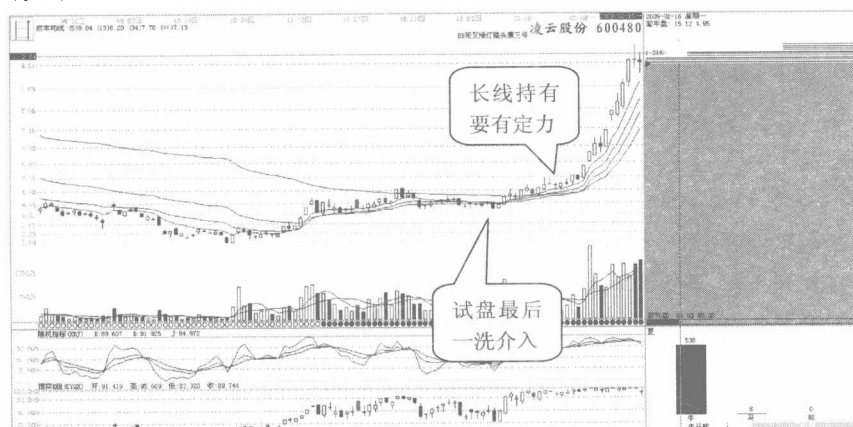
这是从笔者的无数次错误中、无数次损失的金钱中理解的一句话。巴菲特曾讲过：“钱在这里从活跃的投资人流向有耐心的投资人。许多精力旺盛的有进取心的投资人财富渐渐消失。”其实不管你的理念怎样，是投机者或投资者，这句话都适用。减少你的错误，就先从减少交易开始吧。

8. 远离市场，远离人群

《乌合之众》一书讲：“人群中积聚的是愚蠢，不是天生的智慧。”炒股的心态与你与人群的距离成反比。不要推荐股票，少去谈论股票，与市场的人群保持距离，与每日的价格波动也要尽量远点；不要让行情搅混你本已清晰的交易理念。大学时代看过一本日本人的小册子，讲如何体会孤独的快乐。我很喜欢书里的观点：孤独是一种特殊的力量，如果你体会到了孤独感并且是快乐的，那么恭喜你，你的心灵是强大的。在股市这个嘈杂的市场里，是最应该自守孤独的地方。知止而后能定，定而后能静，静而后能安，安而后能虑，虑而后能得。



案例：



短线狙击第六感：

A. 黑马股的最后一洗，股市狙击高手总是能感觉得到。这就是股市的天人合一的境界。

B. 人世间所有的事情在理论上都是灰色的、苍白无力的。理论都是用来进行入门教育用的。比如开汽车，或者游泳，或者打高尔夫球，或者其他方面的运动员等，您会背多少理论，也不能解决实际问题。必须经过实践训练，再看您有没有潜力，再看您的天赋、资质是否适合向这方面发展。

C. 一个教管理专业非常优秀的教授，连一个小公司也管不好，为什么？理论与实践有巨大的区别。

所以，经过训练之后的股市狙击手有没有股市狙击的第六感，是股市狙击成败的关键，也是他是否适合当一名股市狙击手的关键。股市到最高境界只需要狙击手的第六感。

第二节 稳定的盈利模式

一、透视庄家

沪深股市最大的特点在于：股价涨不涨，关键看主力机构庄家炒不炒。庄家什么时候最有炒作激情？庄家在廉价筹码吃了一肚子时最有激情。因此，散户跟庄炒股如能准确判断庄家的持仓情况，盯牢一只建仓完毕的庄股，在其即将拉升时介入，必将收获一份财富增值裂变的惊喜。这里面的关键是如何发现庄家已吃饱喝足。笔者多年的看盘体会是，具备下述特征之一就可初步判断庄家建仓已进入尾声。

第一，放很小的量就能拉出最长或封死涨停的次新股。新股上市后，相



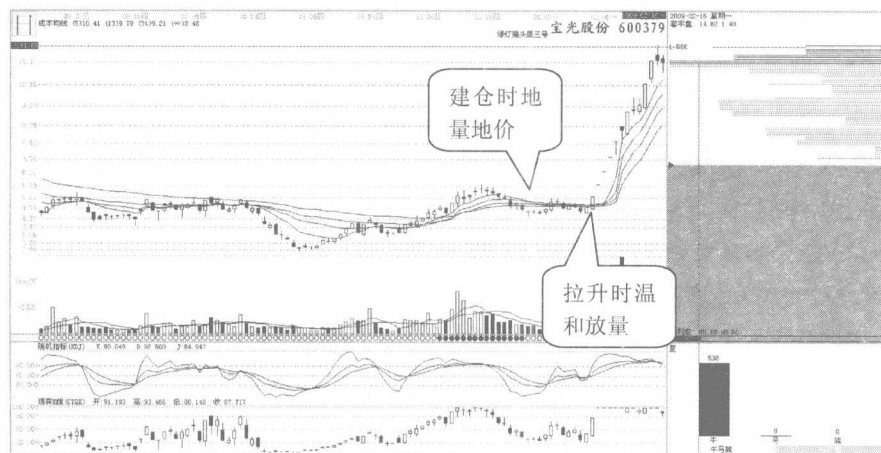
中新股的庄家进场吸货，经过一段时间收集，如果庄家用很少的资金就能轻松地拉出涨停，那就说明庄家筹码收集工作已近尾声，具备了控盘能力，可以随心所欲地控制盘面。

第二，K线走势我行我素，不理睬大盘走出独立行情的股票。有的股票，大盘涨它不涨，大盘跌它不跌。这种情况通常表明大部分筹码已落入庄家囊中：当大势向下，有浮筹砸盘，庄家便把筹码托住，封死下跌空间，以防廉价筹码被人抢了去；大势向上或企稳，有游资抢盘，但庄家由于种种原因此时仍不想发动行情，于是便有凶狠的砸盘出现，封住股价的上涨空间，不让短线热钱打乱炒作计划。股票的K线形态就横向盘整，或沿均线小幅震荡盘升。

第三，K线走势起伏不定，而分时走势图剧烈震荡，成交量极度萎缩。庄家到了收集末期，为了洗掉短线获利盘，消磨散户持股信心，便用少量筹码做图。从日K线上看，股价起伏不定，一会儿到了浪尖，一会儿到了谷底，但股价总是冲不破箱顶也跌不破箱底。而当日分时走势图上更是大幅震荡。委买、委卖之间价格差距也非常大，有时相差几分，有时相差几毛，给人一种莫明其妙、飘忽不定的感觉。成交量也极不规则，有时几分钟才成交一笔，有时十几分钟才成交一笔；分时走势图画出横线或竖线，形成矩形，成交量也极度萎缩。上档抛压极轻，下档支撑有力，浮动筹码极少。

第四，遇利空打击股价不跌反涨，或当天虽有小幅无量回调但第二天便收出大阳，股价迅速恢复到原来的价位。突发性利空袭来，庄家措手不及，散户筹码可以抛了就跑，而庄家却只能兜着。于是盘面可以看到利空袭来当日，开盘后抛盘很多而接盘更多；不久抛盘减少，股价企稳。由于害怕散户捡到便宜筹码，第二日股价又被庄家早早地拉升到原来的水平。

案例：



高峰体验：

A. 股市持续稳定的盈利，在作出基本面的分析和价值评估后，再从周线的成交量上研判，长期横盘建仓时地量地价，就有黑马股的潜质。

B. 长期地量地价后温和放量上攻，是黑马股正式启动。

（一）成交量组合的使用技巧

在大盘呈窄幅运行，每日均有个股报收涨停板的时候，正是短线高手如鱼得水、大显身手的黄金时刻。下面介绍一个笔者发明的以成交量为核心的成交量组合：“搭下中小阳增后阴”成交量组合，它与广泛流行的K线组合的相互配合使用，效果很好。

定义及使用注意事项：

1. 5日成交量均线在上，10日成交量均线在下；5日成交量均线自上向下搭，与10日成交量均线趋近交叉；5日成交均量与10日成交均量趋于一致，大致持平。

2. 5日成交量均线与10日成交量均线趋近交叉当日，K线为阳线，与此相对应当日成交量为阳量。

3. 5日成交量均线与10日成交量均线趋近交叉前一日，K线为阳线，与此相对应当日成交量为阳量；大多数情况下此日量比趋近交叉日量小。

4. 5日成交量均线与10日成交量均线趋近交叉次日，K线为阴线；与此相对应当日成交量为阴量。

5. 出现在横盘整理末期、大幅拉升前夕。

6. K线上相对应的往往是庄家震仓、洗盘过程。

7. 5日成交均量与10日成交均量趋于一致时，允许有10%以内的正负误差，二者越接近越好。

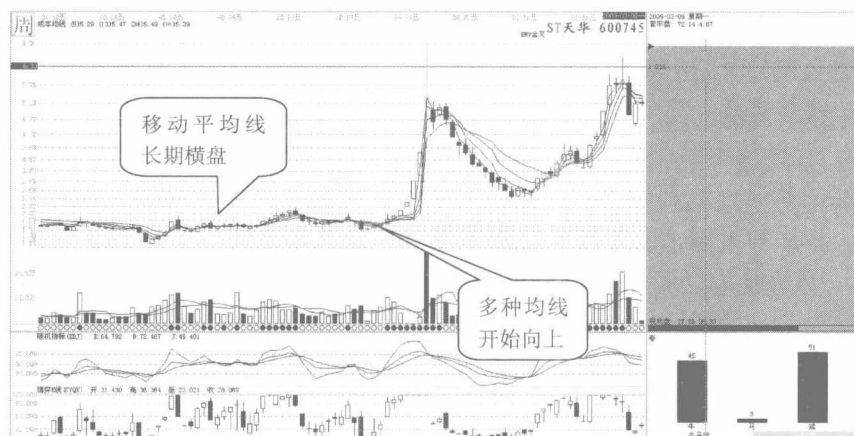
8. 符合葛南维移动平均线4个买入法则之一。

9. 成交量组合出现同时，或出现后一两个交易日内，如有K线组合出现相配合，则该只股票股价上涨概率更大。

10. 按此方法买入股票且股价上涨一段后，如果葛南维移动平均线八大法则中4个卖出法则之一出现，应该卖出股票。



案例：



高峰体验：

A. 周线移动平均线长期低位横盘，像一条线一样，时间横得越长，其黑马股的潜质越大。

B. 当股价开始上涨时，成交量温和放大，各种移动平均线也开始向上，趋势呈现稳步上攻的态势，表明黑马股开始正式启动。

（二）成交量组合背景

庄家在低位吸足筹码以后，下一步就要大规模拉升股价，快速脱离其吸货成本区。为了便于在高位出货，庄家在中低价位要强制洗盘震仓，将意志不坚定者驱赶出局。在庄家洗盘震仓期间，接手的投资者通常都是坚定看好后市的，不会在庄家拉升途中抛货砸盘，这样庄家在高位就可以顺利出货。

“搭下中小阳增后阴”成交量组合，就是庄家在洗盘震仓时的成交量表现形态。K线表现形态通常是3~4根中小阳线加1~2根阴线。K线平均线形态通常是多头排列或即将形成多头排列，趋势为上升态势初期或横盘整理末期。“搭下中小阳增后阴”成交量组合出现后，只要K线平均线支持，趋势支持，则投资者即时跟进买入，同时设好止损，回报应相当丰厚。

二、狩猎黑马

（一）如何狩猎

“黑马”在股市术语里，专指那些一直未被投资者关注，突破在某一时刻放量上攻，脱颖而出股价大涨的个股。笔者所谈的黑马股是指建立在有核心竞争力上市公司或价值低估的上市公司的基本面基础之上的狩猎。任何一只个股成为“黑马”，都不是在瞬间完成的，总是有它成长发展的轨迹。下面的标准，可在一只个股中单独存在，也可能共同存在，只要投资者注意观察，是可以作出准确判断的。



1. 选择有主力运作的个股进行监察。有主力，尤其是有强主力介入的股票一般都有暴升的机会。处于主力收集阶段的个股，其底部形态较为明显，在盘口中也会在分时图中和买卖盘中露出痕迹；拉升阶段，成交量巨额放大、加速萎缩、洗盘砸盘，都可看出主力的影子。此时关注和跟进，可搭一段顺风船。

2. 选择技术形态有强实底部的个股。有主力介入的个股一般底部形态都是坚实的状况；底部越大，持续时间越长，说明主力吸筹越多，控盘的能力越强，以后拉升时上升幅度和空间也越大。

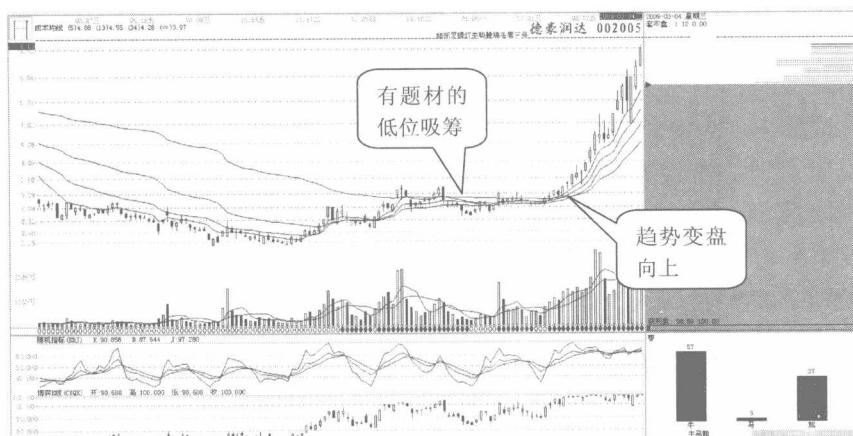
3. 选择临近突破形态边缘的个股。技术形态临近突破的个股，一般都有较长的整理、蓄势阶段。所以，追踪“黑马”要选底部构成圆底形态刚刚突破，或三角形整理低位向上；突破时大胆跟进，在突破临近时或已开始突破时跟进，可避免等待太久。

4. 选择走势较强的个股。“强者恒强”。在选股时，如均线系统形成多头排列，股价又站在均线之上，或者是RSI成牛背离的个股，都可大胆介入。

5. 选择有题材，能成为市场热点的个股。题材永远是股市炒作的理由，也是推动股价上涨的客观因素。有题材的个股，市场容易接受，容易集聚人气来投入炒作，也才能为庄家所青睐，上升拉抬的空间较大。

6. 选择换手率高的个股。换手充分，可使股价平均成本不断向上抬高，相应这只个股的上涨底部也被抬高，以后上涨就比较坚实有力。

案例：



高峰体验：

A. 有题材的上市公司周线长期在低位横盘，地量地价，是主力机构正在建仓。主力机构建仓时间越长，其未来涨幅越大。

B. 当股价上涨的初期，总是小幅慢涨，成交量温和放大，移动均线纷纷调头向上，这是黑马股股价趋势变盘向上正式发动总攻的信号。



（二）如何选择黑马

黑马一般可分为动态“黑马”和静态“黑马”。“黑马”选得准，骑得稳、跑得快，是短线高手看盘技巧和实战操作能力的综合体现。机构是人不是神仙，他们大量介入的个股总有蛛丝马迹可寻，除了消息往往会走漏外，会看盘的人也认为黑马都会在显示屏上暴露。那么，怎样发现、追踪及应对呢？

1. 成交量

尽管不少主力刻意制造种种假象，但某一个阶段的量却是明明白白的，量的突发性或者不正常都能说明主力有所动作。

（1）拔高吸货。把握股价的拔高吸货性质，就能有抓住“黑马”的机会。

（2）看是否在震荡中完成“换庄”。

2. 涨跌幅排行榜

涨跌幅排行榜，实际上是“红外线监控器”，尤其是热门股，往往榜上有名，一目了然。在动态中研究个股位置的升迁，既可以观察大势主力对于板块的侧重，更可以逮住黑马。

某只个股由于主动性买盘不断，始终比大盘走得强，致使它的名次步步高升。投资者如果还能处理好下述两个不同，即前市的涨跌幅和后市的涨跌幅不同及分时（一般为一个小时）涨跌幅的不同，那么根据统计，那些超常活跃的个股就被筛选出来了。

3. 移动平均线技术的综合应用

10日均线的实战用法：

10日均线所取的周期参数为10个交易日，并求其平均值而得。10日均线也属于短期均线的范畴，但10日均线比5日均线的时间要多5个交易日，即10日均线的变动频率就比5日均线要低一些，反应出10日均线的运行要相对平稳一些。

10日均线在实战中的应用技术条件如下：

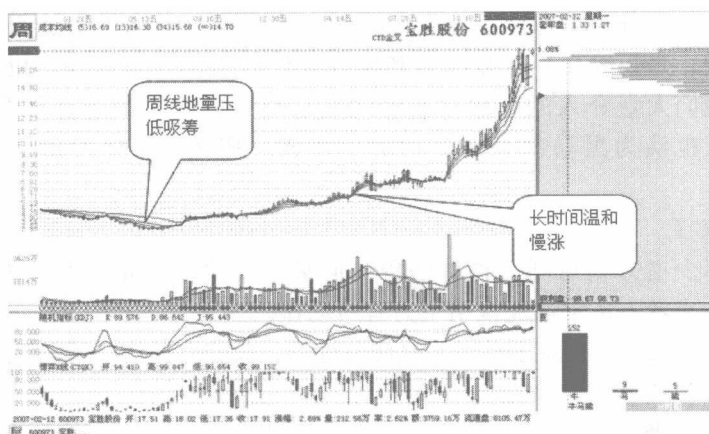
（1）10日均线与K线有一定的距离，因此在实战中，10日均线的上下勾头比股价的反转要迟缓一小节；但在一段行情的底部或顶部勾头时，表明股价将要向上或向下运行。

（2）10日均线可以弥补5日均线由于波动较快而产生的一些偏差。股价有时候经过上涨后要作短期的调整，而10日均线则可能成为股价调整过程中的支撑位；但同时10日均线被有效击穿，股价则还会下跌，故在实战中一定要关注其支撑的有效性。

（3）10日均线若出现横盘状态，则表明市场在做箱形盘整，而此时10日均线的波动将不会太大，较为平稳。实战中此时应以观望为主。



案例：



高峰体验：

A. 周线缩量压低吸筹，并且移动平均线向下，地量小阴线持续阴跌是主力机构打压吸筹建仓的手段，是黑马股的必备过程。

B. 周线长期温和放量慢涨，移动平均线呈现多头排列稳步向上。这种温和放量上涨的时间越长，说明后市这只超级黑马股的涨幅越大，一定要耐心等待持有。

三、反抽、反弹、反转的区别

1. 反抽

所谓反抽，是因大盘指数已经持续下跌相当长一段时间，给人以跌不下去的感觉，甚至很多技术指标处于超跌与钝化状态；如果不进行一次反抽向上抬，就难以再继续下跌，盘面显露成交量到地量的局面。因此有必要进行一次反抽，其反抽意图并非为目的，而是手段。造就人们错觉以为会是反弹，实际以反弹假象迷惑人心。倘若在这样反抽行情中跟风买入，势必会上当。

2. 反弹

在下跌途中，偶然突发某种利好，市场主力“将计就计”地利用，强劲拉升指数，高开高走，甚至其速率之快令人难以想象，显示着要做一波中级反弹行情。充分利用反弹良机，做轧空、逼空走势手法，促使广大投资者迅速跟风追涨，尤其是迫使看空、做空的空城计人物以空翻多。但是一般反弹仅能连续三阳，很少出现连续五阳或七阳局面；经常情况是出现三阳后，势必作回档整理。倘若回档整理2~3天时间，继续攀升走势，意味着主力机构蓄意要做足一波像样的中级反弹行情。但不管其反弹速率多快，频率多强劲，还要观察其反弹有没有超越历史高峰顶部位。如果在高峰顶部附近开始回头，说明上档压力较重，预示着反弹结束。

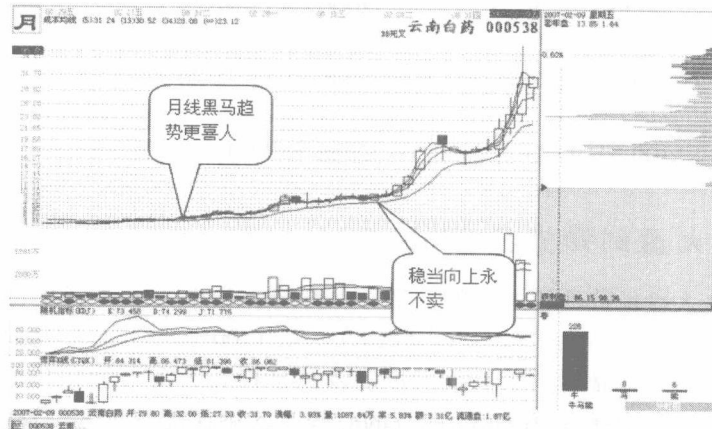


3. 反转

比如，1995 年股指跌到 325 点时，管理层发布三大救市政策，促使整个大盘反转向，全线飘红，头一天就上涨 200 多点。这种行情爆发，不仅献演喷井式情景，而且其上升速率与频率像火箭上天。

以笔者回顾，创建股市以来，曾经有过几次像 1992 年放开涨停制，以及国债期市宣布暂停等。类似情景所相似的是，当市场正处于狂欢喜笑声中时，行情则逐渐趋向落幕收场。

案例：



高峰体验：

A. 选好黑马股，当股市意识流出现后，在黑马龙头股大幅拉升前的回调介入，这是股市狙击手的狙击方法之一。

B. 高峰体验是股市狙击高手对股市进行狙击时找到第六感觉狙击股市成功的体验。

C. 股市狙击手经过股市实战中不断的高峰体验，来强化自我的股市第六感觉。

第三节 股市狙击

一、股市狙击

北京股胜公司推出了“股市狙击”这个实战性和参考性极强的股市投资栏目。该栏目是建立在股市狙击投资体系之上的一种短线狙击方法。由于本栏目是每周一股的模式，而我们的选股思路又是建立在中长线的基础上进行的短线狙击，所以，大部分股票在本栏目每周获利卖出后仍然会继续上涨。为了体现建立在股市狙击基础上每周一股的短线狙击风格，即使后市还会上



涨，我们每周必须换股。这也是本栏目的实战特点。为了让读者朋友们了解本栏目的真实性，可以查阅《信息早报》和《和讯网》。本栏目现在已改名为“股王兵法”，但其投资实战的真实性都有证可查。

本栏目的实战理财投资组合从2006年11月18日开始。

案例：

30 万理财投资组合

基金	数量	买入	卖出	日期	市值	收益率
小商品城 (600415)	1500 股	64.30 元		2006 年 11 月 20 日左右		
包钢股份 (600010)	40000 股	2.5 元	2.60 元	2006 年 11 月 20 日左右		
包钢 JTB1 (580002)	81300 股	1.23 元		2006 年 11 月 20 日左右		

二、大盘剑锋直指 2250 点

近期在大盘指数气势如虹的上涨中，却有大量个人投资者是只赚指数不赚钱。这是什么原因呢？当大盘指数站在沪市 1700 点上方后，大量的个人投资者就不知道怎么做股票了。个人投资者总是担心大盘指数会开始下调，总以为大盘指数从 1000 点涨到 1700 点的时候，就是在高位顶部，肯定会下跌，犯了恐高症。于是绩优的好股票不敢买，只敢买点业绩差的破股票，从而失去了赚钱的机会。例如，9 个月前笔者讲课时有人问我哪只股票最好，我说：贵州茅台（当时股价是除权前的 40 多元）。他们说：太贵了不敢买。2 个月前讲课时投资者再问我买什么股票，我还是说贵州茅台；此时是除权后的 40 元左右，他们说太贵了不敢买；结果是第一波涨幅是 100%，第二波 2 个月涨了 50%。绩优黑马股不敢买，买点绩差低价股，是个人投资者赚了指数没赚钱的重要原因；再加上对大盘指数的恐高，又使心里没底的投资者在盘中不断地追涨杀跌，也是个人投资者牛市不能赚钱的致命原因。

那么，当大盘指数站在 2000 点之上时，后市该如何操作？大盘指数后市又如何走呢？笔者认为：后市大盘指数短线虽然会震荡洗盘，回调整理，但是，中线后市大盘指数肯定是剑锋直指 2250 点的历史最高位，大盘指数在 3 个月内站在中国股市的历史最高位 2250 点之上。这是谁也挡不住的大趋势，只有大盘指数站在 2250 点的历史最高点之上，一览众山小时，才是中国股市未来 10 年大牛市中万里长征中的第一步。为什么笔者这样判断？原因很简单：2006～2016 年是中国股市的大牛市是历史发展的必然趋势。（这个观点笔者的著作《卓越理财》中早有论述。）中国股市持续走牛的动力是来自深层次的制度变革，中国股市从 1000 点涨到 2000 点只是由熊市向牛市转变的分水



岭。当股指涨到 2000 点后仍然还有大量的个股具备长线投资价值。比如：高速公路板块、电力板块、煤炭板块、钢铁板块等等大量业绩优良的上市公司具备中长线投资价值。另外，后续进入股市的资金不会缺乏，目前中央政府和民间有大量资金闲置而没有投资渠道，还有国际上大量闲置资金想进入中国证券市场。因此，长线投资中国股市将逐步成为有眼光投资者的共识。当越来越多的国内、国际的投资者开始不断进入中国股市时，中国股市长线稳步走高的趋势就更加无法改变。只有那些在 1000 点、1500 点、2000 点没有进入股市的人慢慢觉醒过来，不断地加盟并投资到中国股市，真正的大牛市才开始。因此，笔者可以肯定大盘指数短线虽然会震荡洗盘，但是 3 个月内剑锋一定能直指 2250 点的历史高位，并站在中国股市的历史最高位之上。所以，目前投资者主要是要选好个股，而不必太在意大盘指数。每次大盘指数震荡洗盘时，都是买进绩优黑马股的好时机。

案例：

30 万理财投资组合

基金	数量	买入	卖出	日期	市值	收益率
小商品城 (600415)	1600 股	62.00 元	持有	2006 年 11 月 22 日	102960 元	2.96%
包钢股份 (600010)	40000 股	2.5 元	2.60 元	2006 年 11 月 24 日	104000 元	4%
包钢 JTB1 (580002)	81300 股	1.23 元	1.30 元	2006 年 11 月 24 日	105690 元	5.69%
小商品城 (600415)	3400 股	61.00 元	持有	2006 年 11 月 24 日	218790 元	9.388%
总共合计					321750 元	7.25%

实战分析：

本周实战操作中基本是按原计划执行，周一（2006 年 11 月 22 日）分别按计划价格买入包钢股份和包钢认购权证。周五获利逢高卖出。并在小商品城飙升前的最后一洗时进行低位补仓。在执行中由于小商品城本周一停牌略作调整，本周二由于小商品城跳空高开，有冲高诱多洗盘之意，故没有追高，而是等其周三洗盘时介入；小商品城却在周四和周五继续诱空洗盘，因此，周五卖出获利的包钢股份和包钢认购权证，在低位果断狙击小商品城。对于小商品城这样的有核心竞争力的超级绩优黑马股，在其飙升之前的最后一次洗盘时进行狙击是千载难逢的稳赚不赔的获利机会。

三、震荡洗盘挑战新高

本周大盘指数正如笔者的预测一样上半周是震荡洗盘，整理蓄势；本周



三早盘是跳空低升；下破 2000 点，进行了洗盘换手。当股指处在 2000 点左右的平台进行蓄势洗盘，换手整理时，个人投资者陷入了追涨杀跌的迷茫。个人投资者此时深感迷惑的是事物中那些表面相似的东西。比如：大盘指数的技术指标 KDJ 高位钝化。从表面所谓的技术上认为大盘指数行情已经走完。而实际上股指只不过是短线在 2000 点左右进行换手洗盘；提高大家的持仓成本，进行蓄势整理，这样才能使行情走得更远，为下一步挑战历史新高作充分准备。对于长线大牛市的研判千万不能就技术论技术，而是要明白大盘趋势变化的内在规律；大盘指数后市挑战历史高点 2250 点，并创新高已成必然趋势。所以说大凡智慧的可贵，贵在可以预先知道事物发展的变化趋势。

案例：

30 万理财投资组合

基金	数量	买入	卖出	日期	市值	收益率
小商品城 (600415)	5000 股	62.00 元	70.20 元	2006 年 12 月 1 日	356000 元	
潞安环保 (601699)	25500 股	13.95 元	持有	2006 年 12 月 1 日	393720 元	31.24%
总共合计					393720 元	31.24%

实战分析：

本周五（2006 年 12 月 1 日）上午 10:30 左右，70.20 元卖出 600415 小商品城，再加上每 10 股送 10 元，实得价位是 71.20 元。然后在上午 13.95 元买入 601699 潞安环保，结果是当天潞安环保以涨停报收。本栏目之所以买进潞安环保是认为未来 1 个月内，煤炭板块将成为市场最大的热点板块，而潞安环保是该股块业绩最好的龙头股，又是新股，上方没有套牢盘，必然成为后市主力抢夺的龙头品种。

四、短线休息等待机遇

大盘指数在本周的上攻途中提前短线见顶。12 月 6 日下午和 12 月 7 日下午的诱多高位震荡出货已露出狐狸尾巴，所以，7 日所有的股票全部清仓出局，保持空仓。分析原因其实很简单：基金的销售一天就抢空了；从不买股票的人都想进股市来捡钱，主力机构就短线将获利丰厚的股票顺势减仓，于是出现了高位放量滞涨，部分主力机构波段减仓意图十分明确。从趋势上研判：日线远离均线，MACD 也显示了短线见顶的信号。为此，笔者认为，短线先空仓休息，耐心等待回调到位后的机遇。



案例：

30 万理财投资组合

基金	数量	买入	卖出	日期	市值	收益率
潞安环保 (601699)	25500 股	13.95 元	16.80 元	2006 年 12 月 7 日	428400 元	42.80%
万华 HXP1 (580993)	30800 股	13.90 元		2006 年 12 月 8 日	455532 元	51.85%
总共合计					455532 元	51.85%

实战分析：

本周大盘指数顶部形成，于是在 2006 年 12 月 7 日清仓卖出股票。此时大盘指数短线洗盘趋势明确，只有狙击认沽权证。于是 12 月 8 日买入万华认沽权证 580993；因为，狙击认沽权证既回避了大盘短线洗盘下跌的风险，又能得到较高回报。

五、高抛低吸换股换筹

大盘指数在本周轻松创出历史新高，并进入了加速上攻期。下周大盘指数将会不断地创出历史新高；此时的投资策略是高抛涨幅过大过快，成交量持续放大到不能再放大的股票；低吸有投资价值和价值低估，回调洗缩量洗盘到位的股票，进行高抛低吸的换股换筹。如果一时找不到回调到位的股票，可以先买入二级市场的基金等待有投资价值的股票短线回调到位，再介入。

案例：

30 万理财投资组合

基金	数量	买入	卖出	日期	市值	收益率
万华 HXP1 (580993)	30800 股	13.90 元	16.30 元	2006 年 12 月 13 日	502040 元	67.35%
基金鸿阳 (184728)	475800 股	1.055 元		2006 年 12 月 14 日	550976.40 元	83.65%
总共合计					550976.40 元	83.65%

实战分析：

本周周三（2006 年 12 月 13 日）随着大盘指数的再度上攻，笔者调整了操作思路，获利抛出万华认沽权证。周四，在无法判断后市准确热点板块的情况下，干脆对基金进行了狙击。本周四基金板块整体止跌企稳，短线介入时机成熟，笔者就买入了基金鸿阳。笔者知道后市大盘指数还要创出新高，但是市场热点转换过快又不明确，还不如狙击基金风险更低，收益更稳。当股指在相对阶段高位时，笔者认为采取稳健的投资策略才是明智之举。



六、短线需要洗盘

本周大盘指数正如笔者预料的一样是上半周放量滞涨，下半周上攻乏力，露出疲态，冲高回落。笔者认为：大盘指数目前短线头部区域已经形成。原因很简单：一是联通、工行、中行、武钢、宝钢、鞍钢等大盘指标股已经在高位形成波段出货的顶部，再也无力为大盘指数护盘。二是大盘指数在高位放量已经形成短线天量天价。三是大盘指数多项技术指标已经在高位严重钝化，日线远离均线系统，显示了大盘指数已有明确的回调迹象。四是这次指数高位震荡已经是第三次回调了，事不过三，这次肯定是真正的回调。五是从来都不买股票和基金的个人投资者都疯狂地追高，已经为主力机构波段出货创造了最好的条件。虽然笔者从不怀疑中国股市的长线牛市。但是，目前股市的短线需要洗盘，以利后市走得更远，这是股市博弈的客观现实。

案例：

30 万理财投资组合

基金	数量	买入	卖出	日期	市值	收益率
基金鸿阳 (184728)	475800 股		1.20 元	2006 年 12 月 21 日	570960 元	90.32%
总共合计					570960 元	90.32%

实战分析：

本周笔者按照上周制的作战计划逢高减仓，在周四（2006 年 12 月 21 日）清仓卖出基金鸿阳。目前本栏目是空仓全部保持现金。在股市实战中，面对短线洗盘，空仓才是上策；把风险较大机遇较小的机会留给别人才是股市博弈的明智选择。短线股市盘中虽有机会，冒极大的风险去抢抵抗反弹，还不如空仓休息，耐心等待最佳狙击时机的成熟。拒绝股市盘中的小诱惑等待大机遇，是需要内心的定力和智慧的。

七、1:9 现象背后的阴谋

本周沪指一举向上突破了 2600 点，周五盘中上攻接近 2700 点。超级主力操纵大盘指数就像操纵一只个股那么容易。主力机构操纵几只权重股，用中行和工行等几只指标股来进行控制大盘指数，就形成了目前股市中的 1:9 现象。超级主力机构这么做的目的—是为了控制大盘指数，为 2007 年的股指期货的炒作做准备工作；二是超级主力机构在一级市场上配售的大量股票能带来更多的暴利，同时掌握股市的话语权和定价权；三是炒作大盘股是个人投资没想到的，散户投资者刚开始不敢追高，把个人投资者“边缘化”，等大家实在忍不住追涨时，主力机构就可以顺势波段出货；四是创新资本运作新



思路，集中资金攻击 10% 的大盘蓝筹股，既能完全控制大盘的涨跌，又能把大量的小盘上市公司也“边缘化”。面对有深厚背景和充足资金的超级主力，其战略意图恐怕是想提前打造中国股市未来 10 年的大牛市。面对这样的历史性股市新局面，我们只能用牛市不言顶来衡量，只能是选好个股，当一个死多头。

案例：

30 万理财投资组合

基金	数量	买入	卖出	日期	市值	收益率
广州控股 (600098)	106700 股	5.35 元		2006 年 12 月 29 日		
				收盘：5.74 元	612458 元	104.15%
总共合计					612458 元	104.15%

实战分析：

本周五（2006 年 12 月 29 日）在了解超级主力的资本运作思路后，便对蓝筹股广州控股进行了狙击，周五在上午买入，下周本栏目将继续持有广州控股。对于后市的狙击思路是不必理会大盘指数，只选个股进行狙击。

八、回顾 2006 年迎战 2007 年

2006 年的中国股市正如笔者 2005 年在《卓越理财》一书中的预测一样，成为中国股市未来 10 年大牛市的转折点，走出了一轮波澜壮阔的大牛市行情，一年的时间上涨了 1500 多点。2007 年中国股市仍然是牛市，但是，大盘指数的涨幅没有 2006 年大；大盘指数震荡上涨的幅度会加大，指数震荡洗盘的频率会增多，但是总的趋势是向上的。股市行情将会以汽车、高速公路、电力、煤炭、钢铁等板块以及价值低估有投资价值的庄股为主线。个股热点的 2:8 和 1:9 分化现象更为明显，强者恒强的庄股运作模式更加淋漓尽致。股市博弈更为复杂，个人投资者将会越来越被“边缘化”；中国股市将会进入职业投资专家大博弈的时代。

案例：

30 万理财投资组合

股票	数量	买入	卖出	日期	市值	收益率
广州控股 (600098)	106700 股	5.35 元	5.98 元	2007 年 1 月 5 日	638066 元	112.69%
佛山照明 (000541)	65700 股	9.70 元		2007 年 1 月 5 日		
总共合计				收盘价：9.92 元	651744 元	117.25%



实战分析：

本周五（2007年1月5日）在下午13：20左右卖出广州控股，卖出价5.98元；然后在下午2点左右买入000541佛山照明，虽然对广州控股是中线看好，但是为了给投资者朋友们每周一只新股，周五选择了换股操作。佛山照明是只老牌绩优股，在低位横盘时间较长，比较适宜在目前作防御性投资。这样进可攻退可守，是一种积极稳健的股市狙击思路。

九、无限黑马奔欲静，悠悠闲处是奇峰

通晓智慧就生出了巧妙，通晓了圣理就有力量。对股市的狙击成功，主要原因就是运用了“股市的意识流”，只狙击开始上攻的黑马品种，对于有风险品种采取君子不立危墙之下的策略——远离。对于下周股市的意识流，笔者认为最牛的当属低价小盘庄股，于是悠闲中对青海明胶进行狙击。面对无限奔腾的黑马，笔者喜欢出奇制胜。

案例：

30万理财投资组合

股票	数量	买入	卖出	日期	市值	收益率
佛山照明 (000541)	65700股	9.70元	11.50元	2007年1月11日	7555550元	
青海明胶 (000606)	172500股	4.38元		2007年1月12日		
总共合计				收盘价：4.64元	800400元	166.80%

实战分析：

本周的股市狙击十分畅快，本周四（2007年1月11日）下午2点左右卖出000541佛山照明，卖出价是11.50元。周五买入000606青海明胶。笔者认为当大盘指数在2800点上方的高位放量滞涨，上攻乏力回落向下时，只有狙击低位的小盘低价、有题材的庄股才是最安全的策略。

十、股好何须庸人扶

本周大盘指数呈现宽幅震荡上攻的态势，迎来的却是大量的个股上涨。自从股指上涨到2300点上方后，大量个人投资者陷入了对大盘指数的恐慌和困惑中；每次大盘指数的洗盘或震荡总认为会大跌，于是每次大盘指数的震荡就会引发大量个人投资者的杀跌。这是导致个人投资者在牛市追涨杀跌不能赚钱的致命原因。说实话，股市赚钱主要是选准个股，选准个股后就不必太在意大盘指数的涨跌。赚钱只能是从个股的上涨中才能赚钱，只要选准个股在牛市中赚钱是件很轻松的事情。另外，投资者尽量少看些所谓的“短线技术指标”。技术指标大部分都是主力机构做给投资者看的假象，再加上大部



分投资者进行技术分析时方法也是错误的，因此，技术分析的失误率非常高。当然选准个股是建立在自己成熟的价值系统上，这样内心才有定力。

案例：

30 万理财投资组合

股票	数量	买入	卖出	日期	市值	收益率
青海明胶 (000606)	172500 股	4.38 元	4.75 元	2007 年 1 月 19 日	819375 元	
鲁泰 A (000726)	89500 股	9.15 元		2007 年 1 月 19 日		
总共合计				收盘价：9.60	859200 元	186.64%

实战分析：

本周五（2007 年 1 月 19 日）上午卖出青海明胶，买入鲁泰 A。买入理由是鲁泰 A 预计 2006 年的每股业绩能到 1 元，以现在的股价计算市盈率还不足 10 倍，价值严重低估；再加上该上市公司在行业的龙头地位和核心竞争力，该股后市肯定有较大的上涨空间，因此，对其进行狙击并持有。

十一、抓准战机果断狙击

本周大盘指数呈现高位宽幅震荡的格局，其中有的股票主力在出货；有的股票主力在洗盘，有的股票主力在吸筹；整个股市格局是即混乱又复杂，让投资者眼花。但是万变不离其宗，价值高估在高位有泡沫的股票逢高卖出，在低位价值低估的股票逢低买入，无法判断的股票远离。有了评价标准后，就可以按自己的价值系统执行，这样就可以在股海轻松驰骋。本周五九芝堂在连续 5 个交易日的洗盘后，短线狙击时机成熟，应抓准战机果断狙击。只选对的，只选能赚钱的股票，只狙击时机成熟的股票，不必理会大盘；只要战机来临，就果断狙击；时机不成熟时就休息，只要个股狙击时机来临就毫不犹豫果断出击。只有这样才能保持股市持续稳定的盈利。当能达到在股市持续稳步盈利时，那么复利的力量是非常可怕，这一点在收益率中已经清楚地体现出来了。

案例：

30 万理财投资组合

股票	数量	买入	卖出	日期	市值	收益率
鲁泰 A 000726	89500 股	9.15 元	12.00 元	2007 年 1 月 25 日	1074000 元	258%
九芝堂 000989	159100 股	6.75 元		2007 年 1 月 26 日		
总共合计				收盘价：7.17 元	1140747 元	280.25%



实战分析:

本周四(2007年1月25日)卖出000726鲁泰A, 12元卖出。卖出理由是连续放量大涨, 高位换手率大增, 短线清仓卖出。本周五买入九芝堂, 买入原因: 价值低估有投资价值, 有核心竞争力, 上市公司主营清楚了, 主力机构深度介入; 在其连续下跌5个交易日的低位买入, 风险极低, 预期收益明确, 所以果断狙击。

十二、复利的魔力

货币银行学上一个基本概念——货币的时间价值。

在1626年9月11日, 荷兰人彼得·米纽伊特从印第安人那里只花了24美元买下了曼哈顿岛。

但是, 如果我们换个角度来重新计算一下呢? 如果当时的24美元没有用来购买曼哈顿, 而是用来投资呢? 我们假设每年8%的投资收益, 不考虑中间的各种战争、灾难、经济萧条等因素, 这24美元到2004年会是多少呢? 说出来吓你一跳, 是4307046634105.39美元! 也就是43万亿多美元。这不但仍然能够购买曼哈顿, 如果考虑到由于“9·11事件”后纽约房地产贬值的话, 买下纽约也是不在话下。这个数字之所以能够产生, 主要是复利的魔力和378年的时间。

有着股神之称的巴菲特投资36年来收益率年均增长23.5% (2001年数字), 也就是说增值了1995倍。这样, 我们就不难理解为什么他会成为世界上第二富有的人了。

案例:

30万理财投资组合

股票	数量	买入	卖出	日期	市值	收益率
九芝堂 (000989)	159100股	6.75元	8.00元	2007年1月30日	1272800元	324.42%
耀华玻璃 (600716)	446500股	2.85元		2007年2月2日		
总共合计				收盘价: 3.01元	1343965元	347.99%

实战分析:

本周二(2007年1月30日)两地大盘指数上攻乏力, 见顶迹象明显, 清仓卖出九芝堂。空仓两天后, 一只罕见的黑马庄股进入笔者的视野, 这种超级黑马庄股是不会理会大盘指数下调而逆市走出独立行情的。本周五(2007年2月2日)笔者对超级黑马庄股耀华玻璃果断进行狙击。



十三、从宏观上研判股市

从中国股市 16 年的发展历程来看，政策对市场的影响总是具有举足轻重的作用。特别是 2006 年股权分置改革成功后，股市从 1000 点上涨又接近 3000 点的狂飙后，我们看到中央政府对于证券市场的调控已经开始走向成熟。从 1000 点到接近 3000 点的上涨行情，主导和控制行情的超级主力机构，是中央政府手中的两大超级主力财政部的汇金公司和国资委。而这一变化明确地说明中央政府的战略意图：在中国加入 WTO 后证券市场对外开放，是社会发展的必然趋势；中央政府如何在中国证券市场对外完全开放后，还能保持在中国证券市场的绝对控制权，只有让中央政府控制的合法超级机构提前进入证券市场，控制证券市场；只有这样未来完全开放的中国证券市场才可能不被国外金融财团控制。可以肯定未来的中国证券市场的控制权只能是控制在中央政府手中的两大主力机构汇金公司和国资委手中。这是关系到国家金融安全的大事。当中国证券市场发生了这种深层质变后，中国对证券市场的调控能力和管理能力就会不断强化，政府的政策就会让证券市场向健康的方向发展。证券市场的个人投资者已经开始被“边缘化”。中国机构或不守法、不思进取的上市公司开始被“边缘化”；不适应证券市场健康发展的思想开始被“边缘化”。证券市场的政策将会逐步出现引导中国股市走出持续 10 年大牛市，让资本市场成为中国人民富国强的场所：这才是中国证券市场的大方向。

案例：

30 万理财投资组合

股票	数量	买入	卖出	日期	市值	收益率
耀华玻璃 (600716)	446500 股	2.85 元	3.05 元	2007 年 2 月 9 日	1361825 元	353.94%
S 仪化 (600871)	292800 股	4.65 元		2007 年 2 月 9 日		
总共合计				收盘价：4.73 元	1384944 元	351.65%

实战分析：

本周五（2007 年 2 月 9 日）上午卖出耀华玻璃，买入 S 仪化 600871。S 仪化作为国企大盘蓝筹股，还没有进行股改，短线洗盘到位后，再度温和放量上攻，正是股市狙击时机。果断狙击，下周继续持有。

十四、持股过节

向您和您的家人拜年，深深祝福您！恭祝您新春快乐，平安幸福！



案例:

30 万理财投资组合

股票	数量	买入	卖出	日期	市值	收益率
S 仪化 (600871)	292800 股	4.65 元		2007 年 2 月 9 日		
S 仪化 (600871)	292800 股		5.54 元	2007 年 2 月 16 日	1622112 元	440.70%
总共合计					1622112 元	440.70%

实战分析:

本周五(2007 年 2 月 9 日)在 S 仪化上午涨停板时卖出。

十五、规范管理稳赚不赔

本周中国股市大幅震荡,让很多个人投资者备感迷惘,陷入了追涨杀跌的痛苦中。面对复杂的股市,内心要有定力。在股市内心有定力首先是要有自己的股市价值系统。

股市给我们的选择和诱惑太多,如果没有自己的价值系统,就很容易失去方向。没有自己的股市价值系统的人,置身于股市之中,犹如丢掉了罗盘的航船,随风飘荡。街谈巷议、道听途说的一句话,都有可能成为决策天平上举足轻重的砝码,理性的思考、冷静的判断无从谈起。没有内心价值系统的人,在股市的言行举止很容易受到情绪的影响,哪怕是一件微不足道的事情,也让他烦恼、恐惧、忧虑。

长期在股市生存,只有先建立股市价值系统,然后再进行规范管理,才能做到在股市稳赚不赔。

案例:

30 万理财投资组合

基金	数量	买入	卖出	日期	市值	收益率
S 仪化 (600871)	292800 股	4.65 元	5.80 元	2007 年 2 月 27 日	1698240 元	466%
南海发展 (600323)	166400 股	10.20 元		2007 年 3 月 2 日		
总共合计				收盘价: 10.70	1780480 元	493.49%

实战分析:

本周卖出 S 仪化,买入南海发展。

十六、无为而治才是大师

无为是道的主体,无为而治是宇宙和大自然运行规律的最高境界,也是



股市投资的最高境界。舜只需弹奏五弦琴，唱着《南风》诗歌，就治理好天下。股市投资只须依据法度，自身不参与股市的追涨杀跌；坚持自己成熟的股市投资体系，不受外界影响。股市投资善于博弈的人不刻意追求获利，不担心不能赢，平心静气，着法合适，遵守规则，赢的筹码必定很多。为什么呢？取胜在于运用道，而不在于欲望。所以，消灭欲望则博弈取得胜利，抛弃小聪明那么大道得以确立。有小聪明而没有智慧，即使钻研也不会通达。有百种技术而没有纯正之道，那么即使短期获利也不能守得住。

笔者在决定投资某个股票之前会对上市公司作大量的调研，研究结果出来后，就按自己成熟的股市投资哲学思想体系评估；在其低估时介入后，就去打高尔夫球，等到其价值高估后抛出。这就是笔者建立在胸有成竹基础之上的股市无为而治。所以，这种融合万物后以宽容平和的心态无为而治才是股市投资大师所为。无为而治的股市投资之道，就好像天和地一样，什么东西不被覆盖承载呢？

案例：

30 万理财投资组合

基金	数量	买入	卖出	日期	市值	收益率
南海发展 (600323)	166400 股	10.20 元	11.65 元	2007 年 3 月 8 日	1938560 元	546%
风华高科 (000636)	304800 股	6.36 元		2007 年 3 月 8 日		
总共合计				收盘价：7.13 元	2173224 元	624.40%

实战分析：

在本周四（2007 年 3 月 8 日）卖出南海发展，买入风华高科。操作理念：短线是建立在中线评估之上；当短线上涨过快时就可以逢高抛出，当中线看好的股票短线回调到位时正是短线狙击时机。风华高科是一只主力高控盘的庄股，也是一只有投资价值的股票。因此，在其短线回调止跌企稳后应果断介入，继续持有。

十七、宁静致远

股市是一个谣言满天飞的地方。我们在股市听到的和看到的一切都是被人们有目的地操纵着，个人投资者在股市就像羊群一样被股市调动着，让投资者不停地在股市追涨杀跌，于是股市投资中判断错误、投资失误便成了经常的事。要想做到在股市投资中少犯错误或不犯错误，需要从自己内心的修炼开始。股市投资中只有内心经常不存欲念，才能静下心来做出理智的判断。心安静了，心周游于安静之中，身处在闲适中，内心得到自乐，对于股市投



资不着急上火；即使日月隐匿失去光亮，也不能干扰自己的心志。这就需要投资者朋友们修身养性，方能宁静致远。乌龟这种动物能活 3000 年，蜉蝣不过活 3 天，让短命的蜉蝣来为长寿的乌龟担忧如何活命，人们一定会笑话它。所以，不忧虑股市的震荡动乱，而怡情于自身修养的人，便可以和他谈论股市之道了。所以股市投资一定要做到内心经常恬淡静漠的心态，累积德行，狗吠而不惊慌，对自己的性情充满自信。所以，懂得股市之道的人不会在股市迷惑，了解股市规律的人在股市不忧虑。

案例：

30 万理财投资组合

基金	数量	买入	卖出	日期	市值	收益率
风华高科 (000636)	304800 股	6.36 元	7.90 元	2007 年 3 月 14 日	2407920 元	702.6%
上海九百 (600838)	454300 股	5.30 元		2007 年 3 月 15 日		
总共合计				收盘价：5.54 元	2516822 元	738.9%

实战分析：

在周三（2007 年 3 月 14 日）卖出风华高科。卖出理由：短线放量滞涨，上攻受阻，是短线出局时机。本周四（3 月 15 日）买入上海九百。买入理由：强势股短线缩量洗盘后止跌企稳，是短线狙击时机；另外，在大盘指数处于较高位置的横盘时，低价股是短线资金追捧的热点，更重要的是上海九百是商业股中目前价值低估的股票，因此，将继续持有上海九百。

十八、天人合一

中国古代的“天人合一”思想认为，最合乎自然结构，才是最合理的。人生的理想是天人的调谐。人是自然界的一部分。自然界有规律，股市也有规律。股市投资的学问看起来容易，实际上高深；以为粗浅，仔细探究下来却十分精深；表面上看来似乎接近了股市规律，忽又觉得深奥无穷。面对复杂的股市，我们在进行股市研究及投资时一定要融入中国哲学思想，不要过分地人为操纵，人为地破坏股市规律。过分操纵的结果必然要受到市场的惩罚。证券市场既要改革股市不合理的地方，也要顺应股市自身规律；要调整完善股市的制度，使其符合人们的愿望，但不屈服放纵于人为的过度操纵。股市的最高境界是以不破坏股市自身规律，以天人相互协调为准则。只有按天人合一哲学思想运作的股市，才是健康的股市，才能持续走出长线大牛市。个人投资者若能按照天人合一的哲学思想投资股市，就不会出错。



案例：

30 万理财投资组合

基金	数量	买入	卖出	日期	市值	收益率
上海九百 (600838)	454300 股	5.30 元	6.30 元	2007 年 3 月 23 日	2862090 元	854.03%
长城电脑 (000066)	318000 股	9.00 元		2007 年 3 月 23 日		
总共合计				收盘价 9.10 元	2893800 元	864.6%

实战分析：

在周五（2007 年 3 月 23 日）卖出上海九百，买入长城电脑。

本投资组合从 2006 年 11 月 18 日开始，到 2007 年 3 月 23 日，在 4 个月左右的时间收益率达到了 864.60%，翻了 8.6 倍。

一年后笔者将会把后面持续的财富故事讲述给大家。

第四节 风险预警系统

说实话，股市是一个高风险的行业，如果您没有 10 年以上的磨炼，很难在股市生存。即便是像索罗斯这样的金融天才，第一个 10 年，也是在股市赔得一塌糊涂，40 岁之前也没有什么作为。如果您资质平平，即使在股市磨炼 10 年也很难稳定地赚钱。股市大师级的专家，那都是历经无数的磨难大难不死，经过千刀万剐之后才修成正果的。因此，在股市投资，建立有效的股市风险预警机制非常重要。

股市危机犹如火灾，股市风险犹如火灾隐患，那么，股市预警系统就是消防设备。

☆我们可以借鉴国际货币基金组织实施的“金融部门评估计划”，对我们股市体系的稳定性进行评估。

☆通过指标体系的动态变化来反映股市风险轻重情况和风险分散程度，以制定抑制风险的可行方案，防止风险的发生和恶化。

☆确立权威的预警系统主体，构筑分层次的预警系统。

☆对股市的各类风险进行分析、预警和预测，有效地发现潜在的股市风险。

一个资产管理公司的股市风险的防御能力，主要取决于是否具有一套正确反映股市投资体系健康与稳定的股市预警制度。

1. 建立股市系统内部的安全网。
2. 构筑分层次的预警系统。
3. 健全科学的金融预警指标体系。



4. 开发金融风险评测模型。
5. 对有问题股票坚决删除。
6. 建立反应灵敏、渠道畅通的预警信息系统。

股市预警系统一个最主要的特征就是建立了完善的风险评测模型，对各类股市风险进行有效的分析、预警和预测。我们从现在起，应重视对股市风险评测模型的研究和开发，利用金融工程方法和统计分析方法、人工智能技术、神经网络技术等，开发各种风险评测模型，对股市的各类风险进行分析、预警和预测，有效地发现潜在的股市风险，提高股市研判的准确性、科学性和有效性。

一个完整的信息体系是有效回避股市风险的重要前提。在现有的统计体系中逐步增加描述市场总体风险和金融机构风险的指标，一方面使得整个市场统计指标体系更加完整，另一方面也为风险监测和预警提供更有力的信息支持。应建立严格、完善的财务报表上报制度和完善的数据采集体系。制定严格的风险数据采集内容与格式、采集方式与方法、采集渠道，以及保证决策数据真实性的措施。

- 政策风险预警
- 媒体风险预警
- 指数风险预警
- 个股风险预警
- 大众情绪反应

一旦股市的情况与风险预警系统中的象、数、理对应上，就应该坚决波段获利出局。例如，放量连续大涨的股票一定要坚决卖出，卖出股票后最好休息几天。2/3 的时间必须是绝对空仓休息。股市最大的失败是判断准确后，受市场主力的诱惑及媒体的诱导，再加上自我控制力较差，结果又买了股票导致被套。

大家得意忘形时卖出股票，大家骂娘过后要自杀时再买进股票。

股市大忌：只知道进不知道退，只买股票不卖股票；死抱着股票不动，永不会空仓；过度乐观和过度悲观。不能准确把握股市的节奏。不管有没有行情，不管有没有把握，不管股票好坏，只知道一味买股票死抱着。这种股票操作理念在中国只有死路一条。波段获利了结，是我们投资股市理财的最终目的和结果。

一、最佳卖点

在实际投资中，MACD 指标不但具备抄底（背离是底）、捕捉“极强势上涨点”（MACD 连续二次翻红买入）、捕捉“洗盘结束点”（上下背离买入）的功能，使你尽享买后就涨的乐趣。同时，它还使你捕捉到最佳卖点，帮你成功逃顶，使你尽享丰收后的感觉。运用 MACD 捕捉最佳卖点的方法如下：



调整 MACD 的有关参数，将 MACD 的快速 EMA 参数设定为 8，将慢速 EMA 参数设定为 13，将 DIF 参数设定为 9。移动平均线参数分别为 5、10、30。

设定好参数后，便是寻找卖点了。由于一个股票的卖点有许多，这里只给大家介绍两种最有效、最常用的逃顶方法：

第一卖点或称相对顶。其含义是指股价在经过大幅拉升后出现横盘，从而形成的一个相对高点。投资者尤其是资金量较大的投资者，必须在第一卖点出货，或减仓。判断“第一卖点”成立的技巧是“股价横盘、MACD 死叉卖出”。也就是说，当股价经过连续的上涨出现横盘时，5 日、10 日移动平均线尚未形成死叉，但 MACD 已经率先死叉，死叉之日便是“第一卖点”形成之时，应该卖出或减仓。其后股价也出现长时间下跌。

虚浪卖点或称绝对顶。第一卖点形成之后，有些股票并没有出现大跌，而是在回调之后为掩护出货假装向上突破。多头主力做出货前的最后一次拉升，又称虚浪拉升，此时形成的高点往往成为一波牛市行情的最高点，所以又称绝对顶。如果此时不能顺利出逃的话，后果不堪设想。判断绝对顶成立的技巧是“价格、MACD 背离卖出”。即当股价进行虚浪拉升创出新高时，MACD 却不能同步创出新高，二者的走势产生背离。这是股价见顶的明显信号。必须说明的是在绝对顶卖股票时，绝不能等 MACD 死叉后再卖，因为当 MACD 死叉时股价已经下跌了许多。在虚浪顶卖股票必须参考 K 线组合。一般来说，在虚浪急拉过程中如果出现“高开低走阴线”或“长下影线涨停阳线”时，是卖出的极佳时机。如 600832 在 6 月 30 日出现了“虚浪高开低走阴线”，绝对顶迹象十分明显，随后该股结束了牛市上涨，一落千丈；600670 在 6 月 30 日出现了“虚浪长下影线涨停阳线”，同样给出了见顶信号，其后股价连续下跌。

最后需要提醒广大股民朋友的是，由于 MACD 指标具有滞后性，用 MACD 寻找最佳卖点逃顶特别适合那些大幅拉升后做平台头的股票，不适合那些急拉急跌的股票。另外，以上两个卖点大都出现在股票大幅上涨之后。也就是说，它出现在股票主升浪之后。如果一只股票尚未大幅上涨，还没有进行过主升浪，那么，不要用以上方法。

二、箱体操作

1. 把握暴跌反弹机会

在扩容时代，指数的主要运动方式是不断地在因供求关系确立的指数箱体内外上下震荡，我们称之为多空拔河运动。在这种情况下，我们应把握大盘“稳中求进”的思路，每当在大盘出现暴跌时，我们的每次买进均可获得成功，即使是所选品种不当也比强势时追涨杀跌收益大。这种方式在 1998 年的收益中所占比重最大，其中在暴跌中抢反弹的品种应首选那些 OBV 指数指标



处于高位的中小盘个股与有庄家的业绩比价偏低股。

2. 把握题材波段机会

由于目前上市的股票越来越多,如果某个阶段行情和某个品种没有明显的聚集人气的题材,该股质地再好也很难出现上涨的走势。所以在决定买入某个品种时,必须考虑清楚该品种是否具备这种吸引大资金和后续资金的题材,以及这种题材的时间有效性。通常定期的题材有中报、年报、科技概念、重组概念、板块效应等。

3. 把握基本投资机会

根据 KDJ、MACD、SAR、BOLL、宝塔线、SSL、多头均线系统等技术指标,固定操作市场上少有的几个基本面最为突出的高成长股,从实际情况来看,这种方法更适合大资金与散户的上班族。

4. 把握最新股的机会

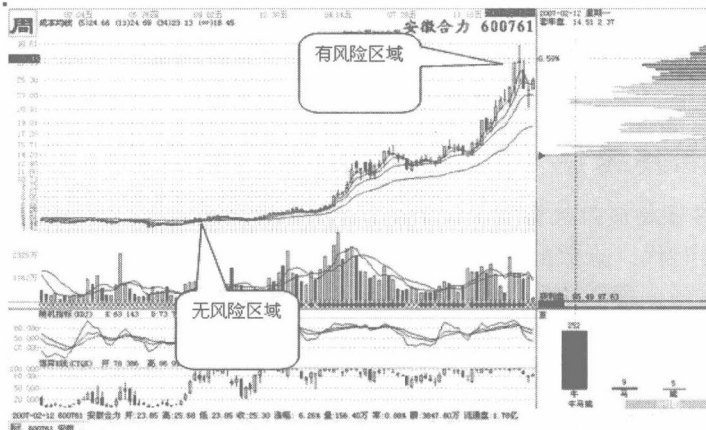
大盘处于弱市的时间明显要比强市的时间多,在市场极度弱势化时上市的最新股存在着狂跌的危险。因此主承销商、上市推荐人和有关机构可能会有所关照,从而带来了一定的短线机会。由于上市首日没有涨跌限制,有时短差相当大,但风险也不小。这种机会适合参加投资锦标赛想拿名次的投资者。

5. 把握图形量价机会

我们在总结图形与量价关系时发现了一些有趣的现象:

- A. 大盘股在图形造好时涨,小盘股在图形破坏时涨。
- B. 大盘股在连续放量中涨,无量时跌;小盘股在有量中涨,放量时跌。
- C. 图形好的股票在每周初与周末涨主要是受媒体推荐;在周二、三、四下跌,主要是受庄家利用。
- D. 在强势中图形好的涨得快,图形坏的涨得慢;跌势中图形好的跌得也快,图形坏的跌得也慢。近期这种现象特别明显。

案例:



风险预警：

A. 股市投资总是在机遇和风险之间转换，只有能回避股市风险才有后市抓住股市机遇的资格。

B. 多少所谓的股市天才人物，在某一年或几年在股市赚了大钱就得意忘形了；结果是在一次股市大风险中没有防范回避，最后被股市消灭了。所以，200 年来的全世界股市，最终成功的只有少数几个人，而大量的所谓天才人物在股市不是自杀就是进了监狱。

三、股市秃鹫

在草原上，两种动物是与众不同的，一种是人，一种是秃鹫。相对于其他动物来说，他们在一定程度上是站在万物之上，俯视着其他动物的行为。他们超越于其他动物之上的办法是不同的。人虽然身在地上，但是靠着互相之间的联系，可以不受自身视野的限制，了解更大范围内正在发生的事情，靠的是相互合作和一套其他动物所不能掌握的信息交流方法，也就是语言。而秃鹫靠的是单个的力量和直接的观察力。它们高高地盘旋在空中，靠着飞得高，看得远，视野广阔，视力敏锐，监视着广阔草原上发生的事情。它虽然没有能力自己捕捉猎物，但却是食肉动物。这靠着它能及时发现其他动物的狩猎活动；靠着它有翅膀可以迅速飞到狩猎现场，从猎豹或狮子口中抢到一些肉；还靠着身体轻，食量小，不至于因它们的抢夺把猎豹饿死。

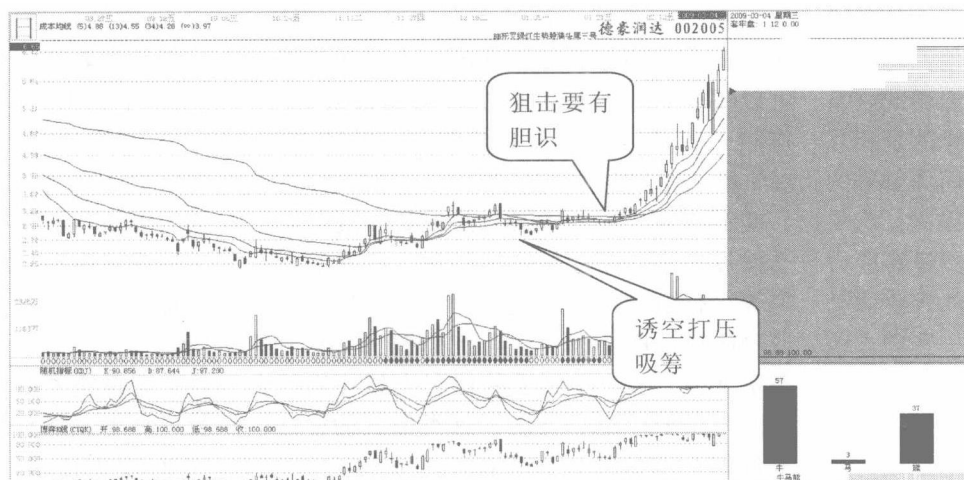
在股市生态系统中，散户中高手的位置大致相当于自然界生态系统中的秃鹫。庄家圈中的人是要广泛联络的，这类似人的办法；而散户高手只能独来独往，分析大量的行情信息，凭着自己的功力看出市场上正在发生什么，这类似于秃鹫。秃鹫在千万年进化过程中所形成的生存策略对股市投资的个人来说应该是很有启发的。

秃鹫总是单独行动，互相之间没有什么信号联系，相当于散户高手必须独立地研判行情，对自己的结果要保持沉默。秃鹫高高盘旋在空中，可以俯视广大的草原，相当于散户高手必须勤奋地分析大量的行情信息。秃鹫有敏锐的视力，在千米高空能看清地上的一只小虫的活动。这相当于散户高手必须有精湛的研判功力，可以从别人看不懂的走势中看出真实的市场过程。秃鹫盘旋在空中，远远飞在下面动物之上，观察着下面的动静，一般不参与地上的事情，只是在地上猎豹或狮子已经得手后才疾掠而下，分一块肉吃。这相当于散户高手平时总是处于空仓观望的状态，处于一个安全的位置，不参与股市的搏击，但时刻保持着警觉，当看准庄家的动向后利用自己仓小进退快的优势迅速跟进，分一部分利润。秃鹫有一对强有力的翅膀，长时间飞在高空也不疲劳，相当于散户高手必须学会空仓，长时间保持空仓状态也不会急躁。秃鹫从狮子口中抢食，狮子发起怒来也会扑向秃鹫，但秃鹫动作快，



一看狮子扑过来就远远地飞到狮子扑不到的地方，等狮子又开始埋头吃的时候，就又会飞回来。这相当于散户高手在进入一只股票后必须保持警觉，情况不好就先退出来，等警报解除后再进去；不怕来回多进出几次，重要的是始终保持安全。秃鹫能把头伸进动物体内吃到狮子吃不到的部分，相当于散户高手能在庄家无法获利的地方获利，如急跌后的反弹或高位震荡中，并且这可能是相当大的一部分利润来源。秃鹫的作用不是启动捕猎而是捕猎完成后打扫战场，相当于散户高手必须慢一步出手；庄家把洗盘都完成后才是最好的机会，相当于狮子已把猎物制服，开始饱餐时秃鹫才过来抢食。学习秃鹫的策略，对个人投资者怎样在股市赚钱和赚什么股票的钱很有启发。

案例：



股市狙击：

- A. 股市狙击手就是股市秃鹫，专抓主力的“死穴”。
- B. 只要拿准了股市庄家主力机构的死穴，主力庄家也只好让您获取暴利。狙击选择被套庄股暴跌后的缩量止跌企稳后介入进行狙击，如果再配合上市公司的信息那就更准了。

四、创新发展制胜

大家都认为投机是一种了解未来，是一场预测未来的游戏。他们都错了。投机是一种发展制胜策略，把获胜的金额或概率拉到自己身边来。而所谓的预测，只是一种想证明我们高人一等的不成熟行为。没有人可以预测未来，过去没有，未来也不会有。

1900年，法国数学家路易·巴舍利耶通过对巴黎股市的研究，提出了有效率市场、股价随机漫步等思想。但他的论文未能引起学术界的重视，此后尘封50多年。20世纪50年代萨缪尔森发现了他的论文，大为推崇。1965年，



萨缪尔森得出“在股市上赚钱和在赌场上赢钱的难度相等”的结论，认同随机漫步理论。

1970年，法玛提出有效市场（EMH）概念。法玛认为，当证券价格能够充分地反映投资者可以获得的信息时，证券市场就是有效市场。在有效市场中，无论选择何种证券，投资者都只能获得与投资风险相当的正常收益率。法玛根据投资者可以获得的信息种类，将有效市场分成3个层次：弱式有效市场、半强式有效市场和强式有效市场。其差异在于各自所涉及的信息是不同的。弱式有效市场中的信息，仅指以往的证券价格信息；半强式有效市场的信息，包括所有公开可获得的信息；强式有效市场中的信息，包括了所有的信息（公开信息和内幕信息）。如果弱式有效市场假设成立，则技术分析法无效；如果半强式有效市场假设成立，则基本分析法无效；如果强式有效市场假设成立，则内幕操纵将变得无利可图。

从本质上讲，EMH的前提是：投资者是理性的，价格充分反映了所有的信息；投资者数目众多，并且众多的投资者在消化并评估了所有的风险后，市场找到了它的均衡价格，所以市场是平衡的，是有效率的。因此从市场的公开信息来获取超额收益率的努力是不会产生效果的，因为所有过去的信息既然已经反映在价格里了，市场于是就会遵循随机走动，每一天的价格与前一天的活动不相关。

对于上述问题的回答，将决定我们的投资哲学的立足点，所以它是至关重要的。事物是普遍联系的，事物运动是有规律的，任何现象都有其产生的原因，任何原因都将引出一定的结果；世界是可以认识的。这些构成市场是可预测的哲学基础。现实世界中很难满足EMH的假设，大量研究和实际观察中得出的基本结论是：市场是可以通过公开信息进行预测的，总体的确定性和局部的随机性共存。

不同的市场参与者面对同样的数据和资料，会有不同的选择重点和显著的倾向性，得出的结论不仅有量（幅度）的差异，甚至会出现质（方向）的差别。通常情况，投资者针对特定的投资品种，依靠某种或某几种市场理论和方法，对它的历史、现状走势等进行分析、研究，描述出未来市场状态的图形，以便通过对照历史价格波动曲线规律的参照标准，理清与未来价格波动规律的可能性概率，然后做出对未来价位的预测。对于市场投资者来说，预测与未来事实之间是双向关联的：一方面，参与者希望市场走出和未来事实相符的图形；另一方面，他们希望用自己的愿望重塑未来。假如这两种力量同时发挥作用，他们可能互相干扰，因为未来是所有市场参与者共同创造的，市场不会根据每个人设想的曲线去运行。那么，投资者的预测难以达到与真实的市场运动“同频共振”的效果就是必然的了，所以，预期愿望和未来结果产生偏差是难免的。也就是说，人要准确地判断市场是无法达到的。



那么所谓的准确预测又怎么解释呢？江恩认为何时何价是准确的？实际上他自己也做不到，这个市场上任何人都做不到——除非有人能垄断市场。为什么江恩也做不到呢？不是有人说他可以把道琼斯指数提前一年画出来，而且误差很小吗？笔者想这是句笑话。为什么呢？看看江恩的交易规则就会明白了，如果他真的那么神，他就用不着制订那么多规则；而且还可以断言，美国市场因为江恩的存在而覆灭。因为100%准确地预测市场，就会摧毁这个市场，哪怕他只有1万元就足以毁灭这个市场了。巴菲特为什么年收益也只有26%？

不记得哪本投资哲学的书上讲世上难事有三，一是预言青蛙的起跳方向；二是预测股市的运行方向；三是揣测女孩心情的变化方向。然而人们于股市、期市中终日所虑之事，唯分析过去、研究现在、预测未来。查历史图表，人人皆会；论供求关系，个个能谈，而对未来价格的走势，又有几人能看对？投机更像一门艺术，从来没有百战百胜的定律。未来之事，虽然难测，但未来并非凭空而生，未来是从过去和现在走来，因此分析过去和研究现在变得相当重要，它是我们推演未来的唯一途径。至于方法，因人因时而异，并无定式。

为了预测未来，经济学家（特别是计量经济学家）、气象学家喜好使用模型，认为模型是非常有用的预测工具。但他们同时也认为建造模型的艺术很难用文字表达，建模的艺术很难掌握，因为它主要依赖于建模过程中的直觉判断。

为了预测未来，高明的投资大师擅长使用哲学来艺术地解决股市问题，平庸的投资者喜欢用技术指标、理论去分析、猜测股市。好的指标被当做传家宝，在发现者去世多年后才公诸于众。好的理论也是在创造者和他的继承者不断完善和发展中（如波浪理论、道氏理论）被一再推广。

随着电脑技术的迅速普及，现代投资管理者热衷于谈论交易系统，特别是电脑程式交易系统，认为金融操作中程式交易比人为交易在克服心理弱点、完善风险管理等方面具有优势。既然预测只具有一定的概率性，那么，建立在预测之上的投资决策就难免不发生错误。对于投资决策来说，投资者面对的是资金盈亏的直接压力。可以说，追求准确率很高的市场预测是难以达到的。但是盈利率较高的投资方法是需要不断创新的，面对市场的不确定性，投资者必须建立和完善自己切实可行的交易系统，更重要的是要创建一套适合自己的股市投资哲学体系。股市投资的成功者肯定不是所谓的技术派，也不是所谓的基本分析派，而是精通各种工具，并且形成自己投资哲学思想体系，而且还随着股市的不断变化而不断创新发展制胜。



五、证券市场永远是不完善的

世界上没有一个市场是完善的。当全球资金流向美国的时候，许多几元钱的股票价格都冲向80元、90元、100元，他的市场难道是理性的吗？他的股票还具有投资价值吗？现在许多股票在经历惨烈的下跌之后有些仅仅剩几元的价格，但在美国众多的上市公司中却仍然有具有潜力的质地优良的企业，这说明了什么呢？这就是股票市场趋势的力量。这一客观规律也会表现在我们的市场上。

按均衡理论，在同一个证券市场上，两个相同类型风险一致的证券，收益率应该是相同的。如果收益率不同，会引发资本流向收益率高的证券，通过价格上扬来实现收益率趋同的均衡，或者通过资本流出、价格下跌来提高收益率实现这一均衡。许多国际大型基金，如对冲基金等就是按这一规则利用财务杠杆进行操作的，他们买入价值被低估的证券，同时抛出价值高估的证券获利了结。

在一个相同趋势、不同国度的两个证券市场上，由于税收、利率、汇率政策变动的不同，导致收益率不同，价格上升的潜在空间将是不同的。国际资本的流动受证券收益率与资本利得的指引，流向收益最可观的市场进行投资或投机。全球金融市场信息的快速传递与资本的国际化流动，使各个市场之间的收益率与资本利得在投机活动中趋向一致，要想获得超额利润的机会已变得越来越小。即使发达国家与发展中国家在上市公司的业绩上存在着较大的差距，反映为股权收益率不一致，但在不同的物价水平所反映的成本为基础的经济背景下，金融市场供求决定价格的竞价机制已调整了收益率水平的差距。

由于国际资本流动的作用和受经济周期循环的影响，使中、短期趋势相同，长期趋势不同的证券市场，仍然在不同的时期、不同的区域创造投资或投机的机会。在长期上升趋势背后，是一国经济增长的支持；而一个长期趋势向上的股票市场会吸引大量的国际投机资本，市场价格被一再狂炒，上市公司的股权收益率一再地被扭曲。因为股票市场的规律在于：人们对上升趋势中股票内在价值的非理性预期，使市场价值一致向上。这种预期收益率的不断提高将推动股价不断上扬，市场间的均衡收益早已被打破，直至泡沫破裂股市下挫进入下降趋势，国际投机资本自然离去。

20世纪90年代一些发展中国家开放的市场吸引了大量的国际资本，从商品市场的实物投资到资本市场的证券投资，充斥了大量的海外资本。金融危机的爆发几乎都由资本市场引发。1995年的墨西哥金融危机，1997年、1998年的东南亚金融危机、俄罗斯金融危机，使国际投机资本几乎没有闲置的时间。而金融危机爆发的特点，不仅仅是资本市场股价大跌，更为残酷的是本



国货币曾经因为股票市场价格上涨对本币需求的增加而升值，又伴随着大量的抛售股票而转化为本币贬值，加剧了资本的外流。市场的危机与政府的强烈管制措施，促使1998年末国际投机资本撤离东南亚等发展中国家的金融市场，为避险重返欧洲与美国市场。

受美国经济持续增长和利率趋势长期下降，以及美元走势坚挺的吸引，云集而来的大量资金使美国股市债市一路火爆，中长期上升趋势更被看好。纳斯达克指数从1000~2000点的徘徊上升至5132点，道琼斯指数由4000点上升至12000点。此后，在2000年4月美国股市趋势逆转，纳斯达克指数由5132点下跌至1108点，道琼斯指数由12000点下跌至7500点。半年后美国经济回落，再后一年美元贬值，表明国际资本流出美国。虽然股票市场的短期趋势对过度的下跌进行了修正，但是不能持久。由于美元贬值与油价上升，促使美国政府为防止物价上升开始了升息的举措。

六、股市狙击的高峰体验

“高峰体验”，是指在日常生活、学习、工作、文艺欣赏或投身于大自然时，感受到一种奇妙、着迷、忘我并与外部世界融为一体的美好感觉。这种使人情绪饱满、高涨的“高峰体验”往往难以名其状。马斯洛认为：那些心理健康的成功者几乎都有这种“高峰体验”，而且次数频繁。他们的成就阈值更高，更有自信心，更少抑郁等消极情绪，因而他们的心理更健康。

马斯洛的研究一方面说明了心理健康的人会有更多的“高峰体验”；另一方面也说明“高峰体验”中高涨的情绪和美妙的感觉可以更好地愈合心灵创伤，使人振奋向上。这里所说的“心理更健康”，并非单指“善于适应环境”，而是泛指“更有自主性、更具独立性”。正像马斯洛所说：“这些科学家、心理学家、人类学家、书画家等，他们表面上承认习俗，但实际上对这些习俗是漫不经心的，马马虎虎的和超然的。也就是说他们能够接受这些习俗，又能遗弃它们。这是因为他们能够全部地、平静地、幽默地抵制文化的愚蠢和缺陷，用或大或小的努力来改进它们。他们明显地表现出与这些缺陷进行坚决斗争的能力。”所以说，心理更健康的人并不是为了适应环境而做八面玲珑的“应声虫”，或者是毫无原则的“和事佬”。心理健康当然应该注重人际关系的协调，但并不意味着没有合理的对抗。心理健康的人，更有独立性，他们在必要时会“我行我素”，是有高度“心理自由”的人。

人们都希望自己“身心健康”，怎样才能做到这一点呢？其实这个问题不难回答。当人们达到“身体、心理和社会三者合而为一”的综合指标时，身心状态肯定是最健康的。《黄帝内经》中曾有句名言“百病皆生于气”，是很有哲理的。

人生是美好的，每个人都应该有一个积极、热情、健康向上的生活态度。



具备了这样的态度，每当你办成一件成功有益的事情之后，就会享受到一次奇妙无比的“高峰体验”，就会与外部世界融为一体并产生一种情绪饱满、难以名状的振奋心情。心情愉悦了，精神振奋了，心灵的创伤便会愈合。

在生活中，不妨对日常琐事“糊涂”一点，对国家大事关心一点，对内心冲突释然一点，对人生态度潇洒一点。

这样，抑郁、烦恼就会更少一点，“高峰体验”才会更多一点；你的身心会因此更加健康，生活也会变得更加幸福。

人性具有可塑性，可善可恶。人不是资源而是宝藏，人一生的成就大小主要看对其潜力开发的程度。

股市高手就是要不断地体会“高峰体验”。股市高手在经历了多次成功的短线狙击的高峰体验之后，会突然醒悟，想象自己在山峰的顶端俯视着山下一条蜿蜒曲折的河流。河面上有一些人正慢慢地逆流而上，同时又有一些人正顺流而下，他们都身在江中，看不到未来。也就是说你能够看到在河汉口以及他们将要到达的地方正在发生的事情。但你站在山峰上，不能改变河道。你是一个思考者、观察者，无为的道家。或者，想象你正在看一出戏，剧中人不知道实际情况正在发生什么事情，但是神一样的旁观者却一清二楚。在高峰体验中，股市狙击高手比那些身陷其境的人拥有一个更高的视点。股市顶级投资大师是经历过成千上万次股市狙击成功的“高峰体验”后修炼成正果的“得道高僧”。



第十一章 资本高级运作

第一节 社会已经进入到金融经济时代

一、金融经济时代

人类的形态依次经历3个时代：农业经济时代、工业经济时代和金融经济时代。资本增值范式的历史性跃迁，从工业经济时代到金融经济时代。随着改革开放的深入和市场经济的发展，我国居民的家庭收入不断增加；随着资产证券化时代的来临，21世纪人们进行理财投资，是人类社会发展的需要，也是人类进入金融经济时代的必然需要。金融经济时代资本增值范式的历史性跃迁，就是人人必须进行理财投资。金融经济时代如果不进行理财投资，个人收入部分只有贬值：银行存款利息还跟不上物价上涨的幅度，还不够通货膨胀的损耗。因此，投资理财是现代人必然的选择。海外中产阶级的形成都是理财投资的结果，富裕阶层的财富能持续增长也是进行理财投资的结果。

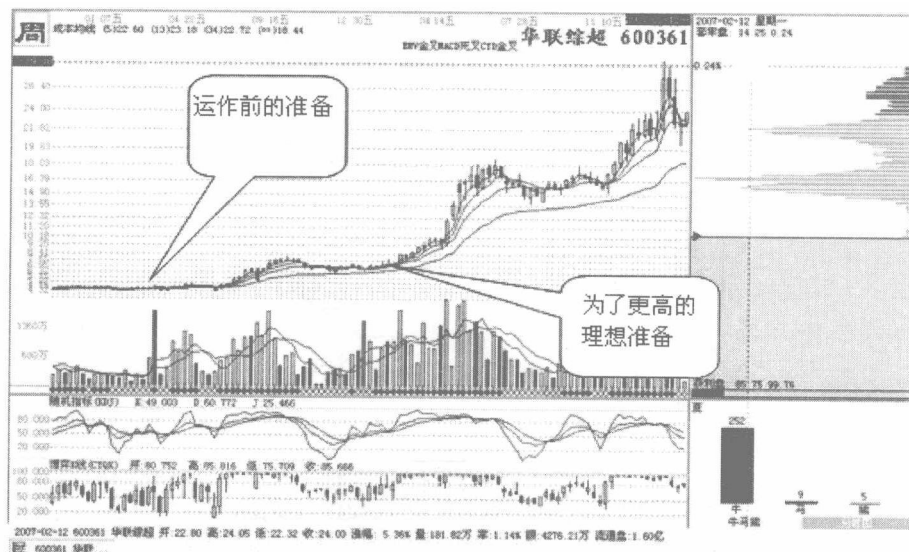
在金融经济时代以金融市场为轴心的货币运动过程，构成为虚拟经济。虚拟经济产生和壮大的过程，也就是经济货币和经济金融化持续深入的过程。在这个过程中，凡是在工业经济时代建立起来并与工业经济时代相适应的企业观念和企业行为方式，都面临着金融时代的挑战。从工业经济到金融经济的时代变迁，将使企业的生存环境、盈利机制和风险结构发生质的变化。这种时代变迁和变革趋势，就是资本经营概念的深层背景。

企业价值是上市公司资本经营的核心概念。可以从4个不同的角度去理解和定位：（1）基于资产的企业价值；（2）基于现金流量的企业价值；（3）基于并购重组的企业价值；（4）基于选择的企业价值。

上市公司的内在价值与市场价值是什么样的关系？市场价值能够准确地反映企业内在价值吗？如果能，为什么相对稳定的内在价值反映到证券市场，成为了股票波动不息的市场价值呢？如果不能，市场会离开企业内在价值有多远，并依照什么规律来走？市场价值的波动将对上市公司的内在价值还是市场价值更关心，为什么？证券市场的价格机制怎样地影响上市公司的价值生成？所有这些问题都远远地超出了企业生产经营的视野，但又是上市公司经营中躲避不开的问题；也是金融经济时代企业家和投资者都在思考的问题。



案例 1:

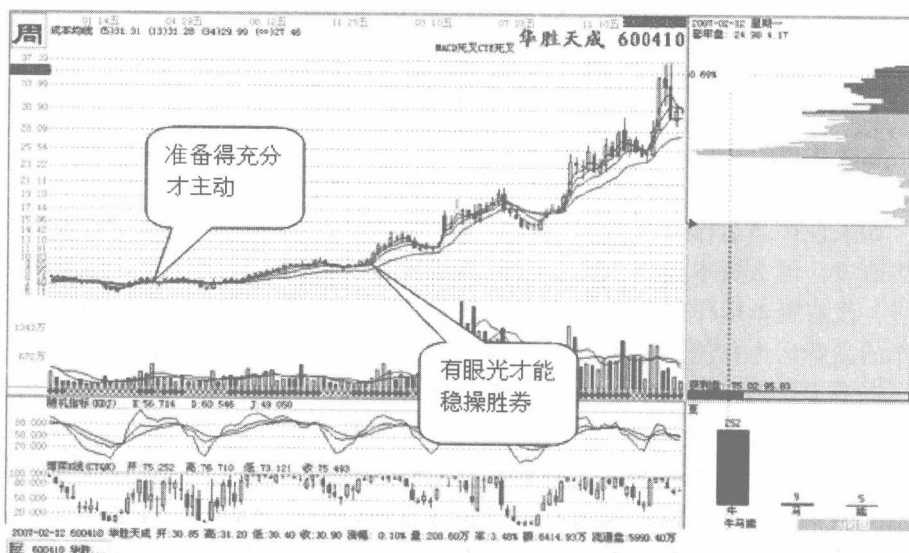


高级运作:

A. 资本高级运作与产业运作相辅相成，产业的发展离不开资本运作，资本运作离不开产业运作。离开产业运作的资本运作没有根基，离开资本运作的产业运作没有前途。

B. 高明的企业家总是以资本运作来推动产业运作，这样的企业才能健康发展。

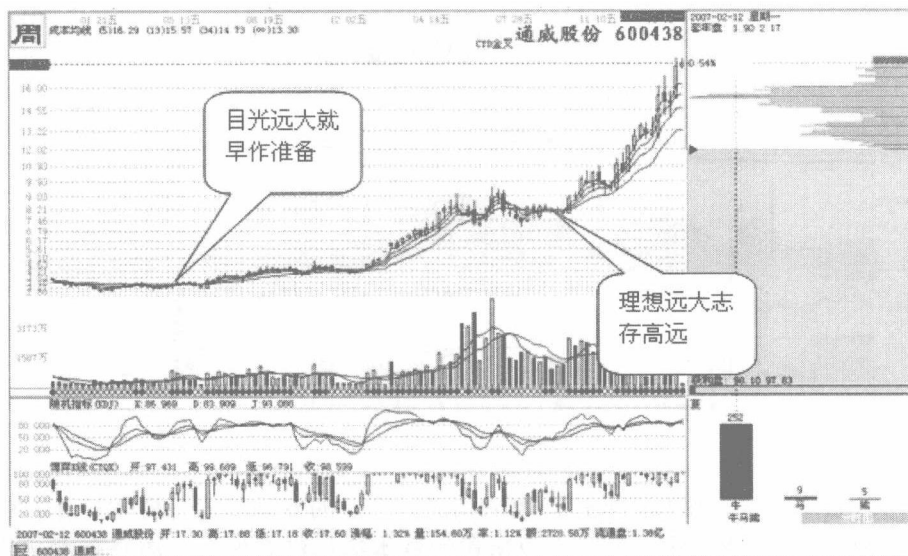
案例 2:



高级运作：

- A. 有眼光的企业家在上市前就充分准备，上市后就按其战略实施。
- B. 早作准备就能稳操胜券，这才是高明的企业家。

案例3：



高级运作：

- A. 超级黑马背后总是有目光远大的企业家，因为，有眼光的企业家早作准备才能有后面的超级大黑马。
- B. 理想远大的企业家总是志存高远，只有企业的发展志存高远股价才会志存高远。

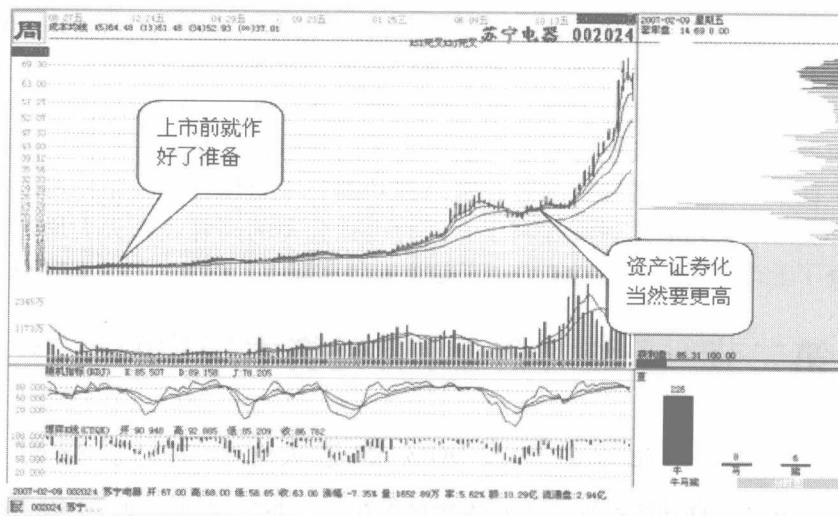
二、资产证券化是社会发展的必然趋势

金融经济时代证券市场将会是财富增长最快的地方。在金融经济时代上市公司的产品运作、品牌运作与资本运作的关系如下：

如果说产品运作为企业起步的初级阶段的话，品牌运作则是企业发展的中级阶段，那么资本运作就是企业的高级阶段。可以说，对于一个现代企业来讲，没有资本运作的产品运作永远只能是小作坊式的产品运作；没有资本运作的品牌运作只能是短暂的品牌运作，是没有生命力、无法提升的企业品牌。资本运作是企业竞争的高级形式，只有运用资本运作建立起来的产品运作才是健康的有竞争力的产品运作；只有运用资本运作树立起来的企业形象才是可持续的企业品牌形象。资本运作是一个系统工程，只有运用资本运作来推动整个企业的健康发展，才能更加有效地搞好产品运作，才能树立企业的良好品牌形象。



案例 1：

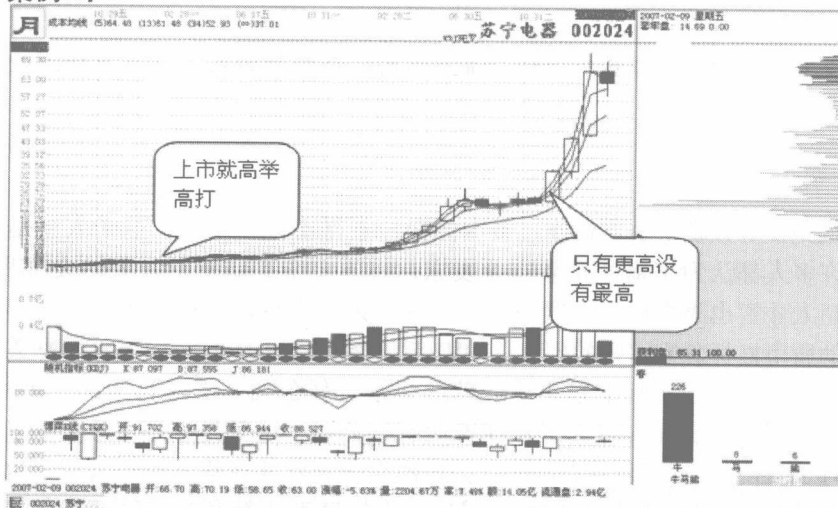


高级运作：

A. 张近东通过一系列的资本运作，先是把苏宁电器上市，上市后与基金等机构投资者进行合作；在进行产业扩张的同时，又把二级市场的股价不断推高，在股改后股价也呈现出强势持续上攻的趋势，从而使得个人资产迅速达到上百亿人民币。

B. 张近东通过资本的高级运作，合法得到个人及公司财富的高增长，显然要比同行的国有企业的老总如四川长虹、青岛海尔等高明，更懂资本的高级运作之道。

案例 2：



高级运作：

A. 张近东的资本高级运作实际上是从张近东的苏宁电器上市前就开始的。

B. 2004 年苏宁电器上市，上市后苏宁电器一边进行产业扩张，一边进行资本的高级运作，二级市场的运作也同时在进行。在二级市场上 3 年时间，苏宁电器股价涨了十几倍，每年二级市场上的运作也是获利丰厚；同时也为公司掌握了二级市场的控制权。张近东成功的资本运作，一是让公司内部的高管和员工对公司的忠诚度提高了，同时也让公司的高管收入大大增加；二是提高了上市公司的核心竞争力；三是个人名利双收，得到了社会的承认。

第二节 一流的企业家都是资本运作的高手

一、一流企业家的财富 90% 都是从资本市场获得的

企业经营的最高境界是企业的价值最大化。企业价值的体现，是资产证券化后的企业价值。

一流企业家的财富 90% 都是在证券市场获得的。例如比尔·盖茨、巴菲特、李嘉诚。中国每年财富榜前 10 名富豪都是从资本市场获得的财富。如 2003 年的财富榜首丁磊，2004 年的财富榜首国美的黄光裕，以及盛大的陈天桥等财富的加速增长，都是通过证券市场得到的。可以肯定地说：世界上所有的一流企业家的财富 90% 都是通过证券市场获得或增值的。

两个人同时往铁窗外看，一个人看到的是淤泥，一个人看到的是星星。

——兰布里奇

没有智慧的人看证券市场到处都是陷阱，有智慧的人看证券市场到处都是机会。

——宏皓

说到证券投资、资本运作、资本博弈，不得不说一个人，这个人就是李嘉诚。许多人都认为李嘉诚是靠产业发家，实际上李嘉诚的真正发迹是靠股市。他的超人才智也集中显示在股市。可以这么说，李嘉诚的扩张史，是一部小商人借助股市杠杆急剧扩张的历史。1950 年，李嘉诚利用打工积攒的 7000 美金成立了长江塑胶厂，实际上是小本经营的无限责任公司。随着长江的发展壮大，1971 年 6 月，李嘉诚又成立了长江置业有限公司，也就是有限责任公司。1972 年 7 月 31 日，李嘉诚将原有限责任公司改名为长江实业集团有限公司，也就是股份有限公司。并在同年向远东交易所、金银证券交易所及香港证券交易所申



请股票上市，11月1日获准正式挂牌。法定股本2亿元，实收资本8400万元，分为4200万股，每股2元，升水1元，即以每股3元之价公开发售，由宝源投资及获多利包销。从此以后，李嘉诚的大量扩张及获利都是在股市、在资本市场实现的。20世纪70年代中期一大批华资公司上市，借助股票以小博大、以小控多的优势，当初上市公司家族的小短人，渐渐长成小巨人。而这些小巨人以咄咄逼人之势，向商界英资超级巨人频频发起攻势。当时的船王包玉刚和李嘉诚同时都在低吸九龙仓这只股票，后来九龙仓向香港第一财团——英资汇丰银行求救。据说当时的汇丰银行老总沈弼亲自出马斡旋，奉劝李嘉诚放弃收购九龙仓。李嘉诚审时度势，认为不宜同时树怡和、汇丰两个强敌。日后长江的发展，还期望获得汇丰银行的支持。即使不从长计谋，就谈眼下，如果拂了汇丰银行的面子，汇丰银行必贷款支持怡和，收购九龙仓将会是一枕黄粱。所以，李嘉诚答应沈弼，鸣金收兵。此时，李嘉诚已收购到2000万股。然后，李嘉诚以10元收购的九龙仓股票30多元脱手给了包玉刚。这样一来，一方面有了丰厚的获利，更为重要的是通过包玉刚搭桥，从汇丰银行那里承接和记黄埔的股票9000万股，为后面的收购和记黄埔埋下了伏笔。因为当时在华人商界论实力与银行的关系，李嘉诚都不如船王包玉刚。之后，李嘉诚频频与沈弼接触，二人交情日深。李嘉诚又进一步知道汇丰银行急需扩大实力，增强储备资金。就是说汇丰银行有可能急于抛出和黄股。沈弼在与李嘉诚的交往过程中十分赞赏李嘉诚的精明强干、诚实从商的作风及其如日中天的业绩，对李嘉诚情有独钟。此外，沈弼慧眼识英雄，认定李嘉诚能担当大任，可以重振和黄。原来，汇丰银行出售和黄股权，不是单纯地卖出股票套利，而是希望和黄能遇明主，重振昔日雄风。因此，汇丰银行于1979年9月以每股7.1港元的价格，将手中持有占22.4%的9000万股和黄普通股售于长江实业。当时，对汇丰银行和黄股青睐者甚众，但沈弼及汇丰银行根本没有考虑让别人角逐和竞争。而汇丰银行让售给李嘉诚的和黄普通股价格只有市价的一半，并且同意李嘉诚暂付20%的现金，对李嘉诚真是优惠之极。接下来李嘉诚集中火力乘胜追击，继续在股市上大量吸纳和黄股票。经过一年的集中吸纳，到1980年11月，李嘉诚成功地拥有39.6%的和记黄埔股权，控股权已十分牢固。1981年1月1日，李嘉诚被选为和记黄埔股份有限公司董事局主席，成为华人第一位入主英资洋行的华人总裁（注：包玉刚入主的怡和系九龙仓不属独立洋行），和黄集团正式成为长江集团旗下的子公司。当时，长江实业实际资产是6.93亿港元，而和记黄埔的市价总值是62亿港元。李嘉诚以弱胜强，成功控制巨型集团和黄，被称为“蛇吞大象”。李嘉诚此举等于用2400万美金做订金，而购得价值10多亿美金的资产。李嘉诚用和风细雨、兵不血刃的收购术赢得了这场特大战役的胜利。这就是李嘉诚运用资本博弈推动企业健康发展的奥秘。

从此，李嘉诚产业的每一次扩张，财富的每一次增长都是通过证券市场来



实现的。2002 年李嘉诚收购欧洲电信，一转手就赚了 800 个亿。

二、同样的资本运作结果却不一样

现在中国经济的发展已经到非用资本博弈、资本运作不可的地步了。不管哪个行业基本上都是供过于求，竞争非常激烈，要想超越竞争对手只有运用资本运作进行资本博弈，通过证券市场的高端运作来解决。这同时也是时代发展的需要。大家都知道中国上市公司中有 90% 都不合格，这是历史的原因造成的。要改变中国证券市场上大部分上市公司不合格的局面，那就应该鼓励有能力、有责任感的企业家来并购、改组不合格的上市公司，从而大幅提高上市公司质量和上市公司高管素质，使投资者投资上市公司有所回报，能成为上市公司真正的股东，促进中国证券市场健康发展。因此，现在中国经济的发展已经进入了资本大博弈的时代了。

同样的资本运作，由于企业家的思路、理念、出发点、眼光的不同，结局肯定不同。同样是在 2004 年，一场由于一家民企引发的资本市场危机，让人刻骨铭心，这就是德隆事件。一家在资本市场声名显赫的民企终于被无情的资本市场埋葬，曾经高歌猛进的股价雪崩，彻底击跨了这家与资本市场密切相关的民企。这也让无数醉心于资本市场的民营企业感受到了双刃剑的威力。

而苏宁电器却梦想成真。

2004 年 7 月 21 日，发行价格不低的苏宁电器上市深圳中小企业板，上市后立刻超过贵州茅台成为中国第一高价股。这种走势让市场惊呼新的龙头诞生。其后，虽然中小企业板股票一路走低，但苏宁电器保持强势，并在“914”行情中创出 50 元以上的超高价位。投资者不能不深究苏宁电器的背后究竟是什么在支撑。

作为与国美电器并驾齐驱的家电类零售商，国美 6 月在香港的借壳上市，肯定刺激了苏宁电器的上市冲动。原本希望主板上市的苏宁电器最终选择了在深圳中小企业板上市。苏宁董事长张近东坦言：

“5 月之前，谁也没有想到这儿。我们一直是按照在主板上市的要求进行准备。”

公司高层对于 5 年上市准备最终获得 4 亿元融资虽不满足，但认为敲开资本市场的大门还是幸运的。过去 10 年，30 余家家电企业获准在沪深股市上市，唯独家电经销商缺席的历史被苏宁改写。其竞争对手国美虽然上市，但上市地在香港毕竟对内地市场的影响相对较小。

市场人士认为，不能单纯看融得资金的多少，苏宁电器股价的高涨，无疑为提升企业品牌起到了极佳的作用。这与 10 年前四川长虹的情况极为相似，那时虽然没有太多的广告，但四川长虹的良好股价表现，几乎让四川长虹的产品所向披靡。现在的苏宁电器是否会走出四川长虹股票当年的走势另当别论，但



公司在品牌、营销方面的受益是必然的。

苏宁电器在全国率先提出信息家电的概念，并形成了以家电、通信、电脑3类产品相结合的3C模式。这种模式迎合了市场的需要，刺激了消费欲望。

但是由一家专营空调的小公司迅速发展为年销售规模120多亿元的大型连锁集团，光靠概念是不行的。在国内家电连锁企业中，目前只有国美和苏宁建立了全国性的网络，树立了全国性的品牌，这使两大家电零售巨头在与供应商的谈判中具有较强的议价能力。苏宁的国内上市进一步巩固了其全国性网络的完善，此次融资将主要用于建立物流和信息平台，强化其竞争地位。

从深层次讲，苏宁的崛起与国家实行宏观调控、鼓励消费升级的契机结合，消费升级对3C模式也是巨大的推动。不知苏宁的高层是否在感叹“天助我也”。在如此上佳的内外因结合下，难怪市场要将其比喻为中国的“沃尔玛”。相信这也是苏宁的梦想，这一梦想的实现肯定需要一个漫长的过程，但毕竟这一切已经初露端倪。

然而，德隆狂想随风飘散。

可能没有人否定，沪深股市最为强悍的庄家非德隆系莫属，而德隆的神秘面纱也曾经让很多人对其真实的身份有各种各样的推测。但无论如何，德隆这种没有主管单位、股份由自然人控股、经过工商部门登记的企业只能列入民营企业。他的董事局主席唐万里更在德隆出事后肯定，这是一家没有背景的民营企业。

不管这样的表述是否符合实情，但德隆的狂想已经终止。埋葬德隆狂想的是曾经让德隆寄予无限厚望的资本市场。准确地说，不是资本市场的滔天巨浪吞没了德隆，而是德隆违背资本市场的基本规律，为自己在资本市场准备了葬身之地。

从2004年1月份开始，德隆旗下“老三股”新疆屯河、湘火炬和合金投资终于低下了高昂4年的“龙头”，在大盘不断上涨之时阴跌不止；4月中旬开始，“老三股”集体雪崩，3个月内200亿市值共蒸发150亿元以上，德隆系在二级市场全面溃败。市场之外，多家银行和上市公司深陷德隆黑洞，为求自保，又展开了瓜分德隆资产的竞争。

德隆的危机波及到整个资本市场，其中影响最大的是多家券商、多家上市公司以及相联系的委托理财业务各方。资金链的断裂，耗干了德隆的血液，在做出一阵挣扎后，德隆的命运只能是走向覆灭，暴跌不止的股票更成为沪深股市的一道黑色风景线。华融资产管理公司全面接管德隆资产，是国家出于对金融安全的考虑。这样出手的积极意义只有在今后几年中才能看得更明白。

市场对德隆的评价不尽相同，对德隆覆灭的原因分析也各不相同，但从德隆部分员工的陈述中，我们也许能得到更公允的评价。与此前资本市场出现的蓝田股份、银广夏等蓄意作假的事件对比，德隆在入主“老三股”后，



还是做了大量的事情，特别是在产业整合上下了工夫。客观地讲，“老三股”的业绩提升还是明显的。

问题的关键是德隆违背了市场发展的基本规律，对于身处传统产业的行业整合寄予过高的期望。

在行业前景并不明朗的情况下，将股价炒上了天，让自己无法下台。德隆每年用于维持老三股股价的资金就在 20 亿~30 亿元，这样庞大的资金消耗对于德隆这样主要依靠短期融资长期投资的企业无疑是一块难以搬动的巨石。

德隆的垮塌对于民营企业的发展是有警示意义的。理想是建立在坚实的经营基础之上的，不切实际的幻想在某种情绪的左右下，会最终演化成为狂想。狂想的结局就只能是出局。如果上帝要让谁灭亡，就会先让他疯狂。这样的警示对于已经出局的德隆已经没有什么意义，但是对于无数正处于发展期的民营企业，应该是金玉良言。

三、中国富豪们的资本运作

2004 年 10 月，外来“和尚”胡润抛出其“2004 胡润百富榜”，35 岁的国美电器老板黄光裕以 105 亿元人民币的身价登上中国内地首富的宝座。应该承认胡润对中国国情的了解日益深入，其统计数据深刻理解和反映了宏观调控对消费领域的提升作用。而此前呼声甚高的陈天桥退居次席，只能理解为大势所趋。

1985 年，17 岁的黄光裕与长其 3 岁的哥哥黄俊钦从家乡广东汕头北上，到内蒙古一带做贸易。北上时哥俩兜里只有 4000 元钱。兄弟俩一年后从内蒙古转战北京时，并不可能想到日后的发达。半年后他开始在北京珠市口经营一家面积不足 100 平方米的“国美电器店”，并最终演化成中国的超市巨头，更是让当时从小店门前匆匆走过的北京人想都不可能想过。

当年的 4000 元怎么转化成经营北京珠市口的国美电器店的十几万元起家之本，黄光裕对此的解释可以说非常简单。有人说是从电子元件的走私中获取暴利开始起家，但却无从考证。但是黄光裕真正的发达之路正是从这家不起眼的“国美电器店”的开业开始的，1988 年以后的电器抢购风更加速了这种发达。市场机遇加上对市场的敏感帮了黄光裕的大忙。

1993 年，国美在北京已经是小有名气。而民营超市甚至在当时的工商登记中难以寻找到合适的归类，但国美的门店已经在管理严格的京城竖起了几块更大的招牌。此时的国美已经不是当时那个不足 100 平方米的小店，黄光裕已经孕育着称霸京城家电的美梦。

1999 年，这种梦想在全国拓展，羽翼丰满的国美启动全国扩张战略，5 年间先后在 25 个城市部署了 130 余家连锁店，年营业额更从 30 亿元发展到近



200 亿元，说创造了家电零售业扩张的一个奇迹并不为过。

有意思的是，此期间年轻的富豪却悄然退居幕后长达 5 年。这一段历史，目前的媒体报道语焉不详。有人说黄这 5 年主要是在经营暴利的房地产，但可以肯定的是黄光裕在这一段时间对国美电器是“旁观者”清。2002 年 10 月，黄光裕再度出山整治国美，将其销售网络南北分治，采购与销售业务彻底分离，将公司管理层下移，原国美高层管理团队全部下放，削减了国美机构的“虚胖”。

但是仅靠这些普通意义上的商业运作，黄光裕是无法问鼎首富的。与 2003 年的 18 亿元资产相比，2004 年黄光裕的财富一下子增加了 87 亿元，而 2003 年全年国美的总销售额不过 177.9 亿元。可以说，黄光裕的财富巨增中，很大功劳要归于资本市场，而实现这一财富增值与黄光裕的资本运作密不可分。

这样的运作应该缘于最早的鹏润投资。1988 年，黄光裕就成立了鹏润投资有限公司，鹏润投资下属企业是国美电器、鹏润地产、鹏泰投资。此时的鹏润投资更多的是进行一些战略投资。直到 2002 年 4 月 26 日，鹏润投资首度放马资本市场，以 1.35 亿港元完成对香港上市公司京华自动化集团有限公司 74.5% 股份的收购，将鹏润房地产的一部分资产注入到上市公司，并将其更名为中国鹏润集团（鹏润地产）。

但是这些动作对黄光裕的资产升值作用不大，某些动作甚至受到资本市场质疑。实际上，令黄光裕牵肠挂肚的还是国美的上市。2004 年 6 月 7 日，黄光裕的香港上市公司鹏润集团以 88 亿元的价格收购国美电器的 94 家门店。此次收购完成后，中国鹏润也更名为国美电器。国美电器借中国鹏润在香港上市，其主营业务随之转向零售业。

黄光裕因为控有绝大部分股权而身价骤增。依靠资本市场的作用，黄光裕问鼎首富水到渠成。尽管黄本人多种场合下表示对首富不感兴趣；但是其手下高管却有表示说，105 亿元怎么可能评上首富，其对黄的资产估值更为乐观，对问鼎首富明显持欢迎态度。

从黄光裕的资产发展轨迹看，从 1987 年国美小店到立足京城，是公司发展的第一跳。这一跳靠的是对家电紧缺的把握和对市场运作的规律性把握。从 1999 年以后的发展却是明暗两条线，明线是国美的全国扩张策略，而暗线则是鹏润投资倾力于资本运作。这一明一暗的两线运作完成了国美的第二跳。第二跳靠的是品牌、营销等市场战略，而黄本人的身价倍增靠的更是资本运作的功效。

那黄光裕的未来第三跳会如何运作呢？黄本人已经表示不会在资本市场再有太多的作为。但是市场的运作通常是明修栈道，暗渡陈仓。面对主要竞争对手苏宁电器在 A 股市场的异军突起，主战场在内地的国美会放弃内地的



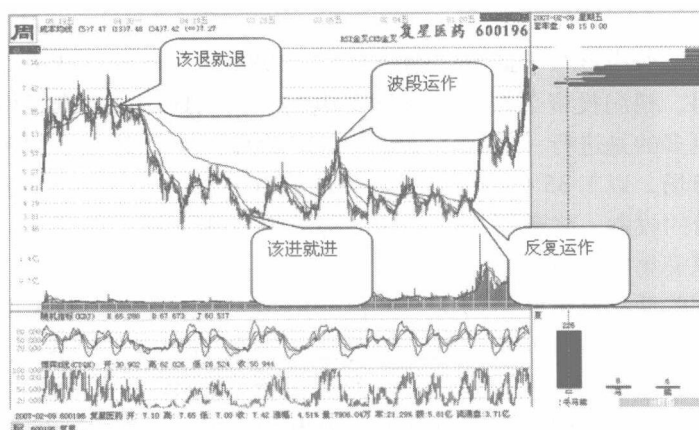
资本市场吗？国有企业能海归，民企能不动脑子吗？

再从黄光裕给国美制订的一个中长期目标看，国美要成为亚洲最大的消费类电子零售服务商。面对中国加入 WTO 后开始的外资商业的全面介入，国美等零售巨头的压力会日益增加，对规模、品牌、资金等的追求都希望资本市场的强力支持。对此黄首富会漠然吗？除了内地资本市场，海外更大范围的资本市场角逐也可能在考虑之列。

四、复星系与德隆系的区别

2004 年度中国十大经济人物之一的郭广昌的资本运作有许多值得借鉴的地方。郭广昌以个人 35 亿人民币的身价位列中国富豪榜。

案例 1：



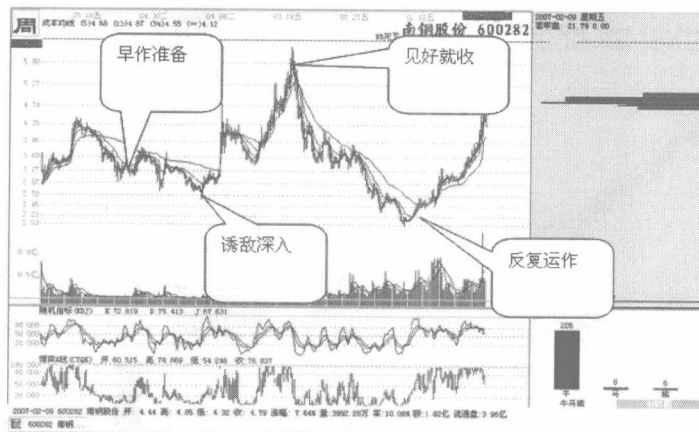
高级运作：

A. 复星系老总郭广昌与唐万新的德隆系，因其资本高级运作的思路不同，命运也不同，一个是财富创造的榜样继续带领其集团健康发展，另一个则进监狱这一生再无翻身之日。原因何在？

B. 郭广昌懂得资本的高级运作之道。郭广昌的资本运作极其稳健，是按中国传统文化易经中的相对稳定与相对平衡系统在运作；以太极文化为根基，充分利用证券市场的各种因素相生相克。所以，郭广昌的主业运作非常平稳，资本运作进退有度；与其他机构有合作、有分工，共享资本市场上的高利润。所以在其快速发展中能平稳地化解资本市场上的各种风险，这才取得资本高级运作的成功。而唐万新的资本运作过于偏激，太极端，资本扩张速度太快；再加上唐万新爱吃独食，不与其他机构合作，没有机构与其联盟，集团股权太集中；二级市场更是自私到登峰造极，不让任何投资者参与，控制所有的流通盘，把股价拉高在天空云端，疯狂地认为“老子天下第一”。结果必然应了那句话：“想让谁毁灭，先让他疯狂。”所以唐万新的毁灭是必然的。



案例 2：郭广昌收购南钢股份的运作

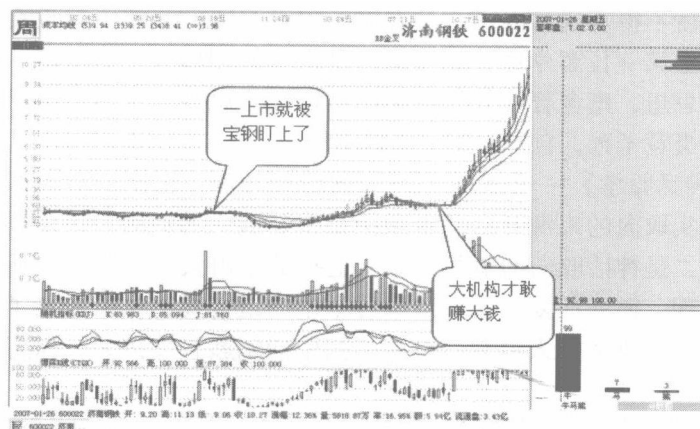


高级运作：

A. 郭广昌收购南钢的资本高级运作是兵不血刃，轻松地来了个四两拨千斤。二级市场上的运作也是进退有度，波段运作，没有像唐万新那样一口气吃个胖子还是吃独食的。

B. 郭广昌收购南钢的资本高级运作能成功，一是给管理层都留有利益，给二级市场的参与者都留有利润；二是从长远和大局出发，保持了证券市场上较好的形象，能获得投资者的支持和认同。所以，郭广昌能取得资本高级运作的巨大成功。郭广昌在资本市场的运作是以波段为主，进退有度。

案例 3：



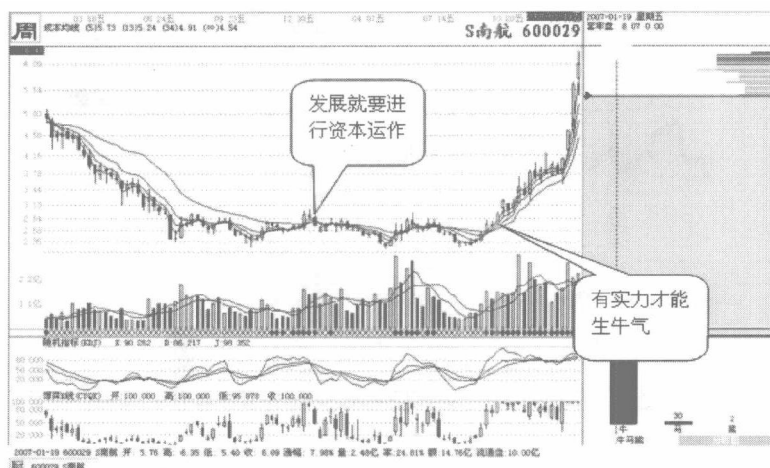
高级运作：

A. 宝钢敢于在资本市场大手笔运作，其背后有国资委的支持。此也为宝钢产业扩张的目的。

B. 超级黑马股背后总是有超级大机构，只有大机构才敢于赚大钱。



案例 4:



高级运作:

- A. 国资委下面的主力军才是未来中国资本市场的大机构。
- B. 没有实力谁敢在资本市场吹牛那是找死。有实力才能牛气冲天。

第三节 资本高级运作之道

1. 道的含义

我们经常听人们说经商之道、为人之道、股市之道，那么究竟什么是道？

谈到道就不得不说到老子。没有老子就没有道的起源，就没有道。老子是中国历史上第一位哲学家、思想家，是道家的创始人。他用诗一般的语言阐述的哲学思想，蕴含着朴素的唯物论与辩证法思想。他的哲学思想影响着一代又一代炎黄子孙，自古至今，绵延不绝。

《中国神话哲学》一书谈到“道”的起源时说：道至少有两个不同的来源。一是现实取向的来源：道的本意指日常经验中的道路，这是儒家思想中道的来源。二是神话取向的道的来源：道指的是由太阳及其运动所体现的一般法则或原理，循环往复。这是道家哲学中的道范畴的由来。老子继承了神话取向的方面，改造了天道观，抛弃了其中的宗教神学因素，保留了道的高度抽象性与概括性。

那么，道的含义是什么呢？

道是过程。道不仅是对万事万物的系统性、整体性的概括，而且是对万事万物发展过程的高度抽象和概括。道的过程性表现为道生万物的过程，即老子说的“道生一，一生二，二生三，三生万物”；也就说道转化为一，一转化为二，二转化为三，三转化为万物。



道是本原。道是天地万物之母，无和有都来自道，是道的不同角度的名称。这是最为玄妙和深奥的。

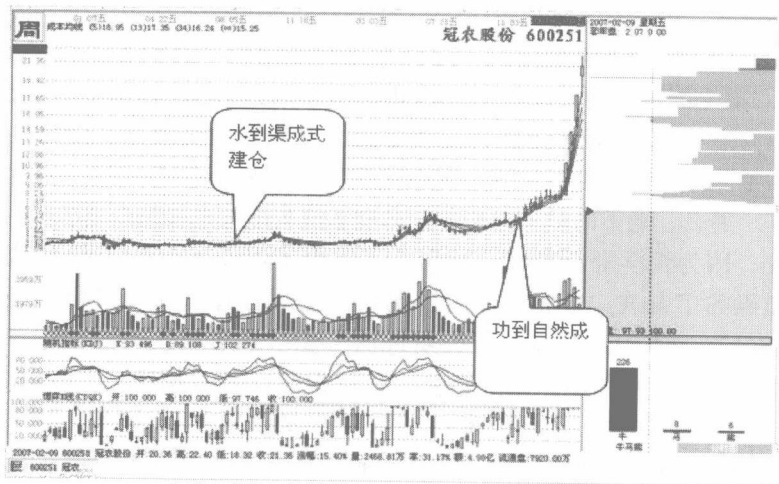
道是万物的本体和来源。天地万物都是由道演化而来。道作为本原，是浑然一体的东西。

道是规律。道是物质运动的规律，道是天地万物变化的终极原因。老子指出：“道者万物之奥。”就是说道是万事万物运动的规律。道的规律是不可抗拒的，不能违反的。只有遵循道的规律，坚持“无为”的原则，才能把事情办好。否则，“物壮则老，是谓不道，不道早已”：违背了规律要受到规律的惩罚，下场是极其可悲的。

道是法则。老子把道视为必须遵循的法则，他说：“故从事于道者，道者同于道”，他要求人们要坚持、遵循道的法则。老子认为，人们对道的法则的态度是有区别的。“上士闻道，勤而行之”，上等人能够坚持道的原则，而且身体力行。至于其他人，肯定是相形见绌了。

道是思想体系。可以说，整篇《老子》是一个以道为核心的范畴体系和思想体系。道是核心，也是灵魂，贯穿始终。道的理论其实就是一条逻辑之路，是一种理想系统的模型；是逻辑的形象思维与形象的逻辑思维的结晶。其理论体系的结构特点是以道为核心的、分立的二元结构。构成《老子》理论框架的最大两部分是“道经”与“德经”，前37章为道经，后44章为德经。虽然道中有德，德中有道，两种思想还是可以区分开的。其次是“无”和“有”，再次是“道虚”、“道朴”、“道一”等等。每一章几乎都包含两部分内容，一是哲学原理，二是原则要求，类似于世界观和方法论的关系。阐述哲理时，首先描绘一些现象，然后抽象概括出哲学道理。

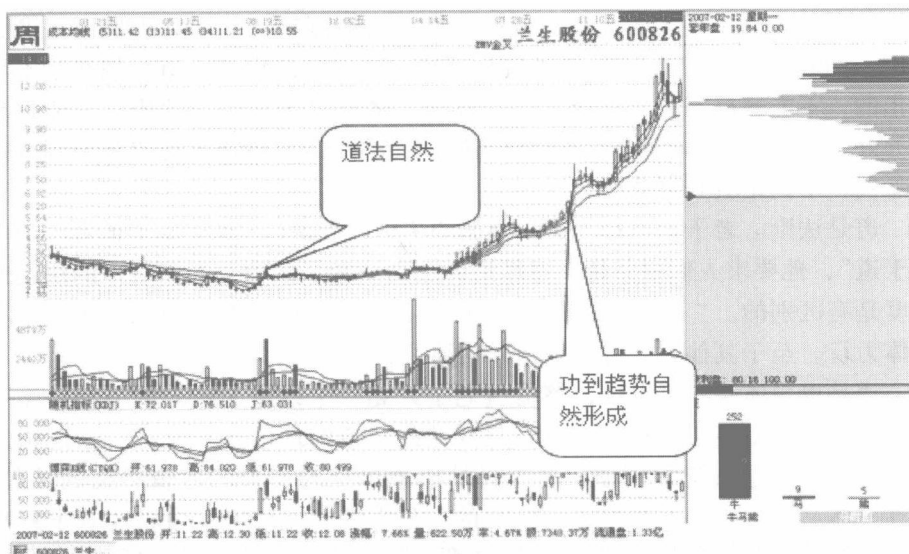
案例1：



高级运作:

- A. 资本运作的最高境界就是运作得好像没有人运作一样。
- B. 道家的智慧是人类高明的智慧。水到渠成，功到自然成，谁不赞赏。

案例 2:



高级运作:

- A. 资本运作之道就是天人合一，道法自然。
- B. 功到自然成的趋势是看不到人为的迹象。

2. 股市之道

“道”是老子哲学的核心范畴，也是中国传统哲学的最高范畴，同时也是股市的最高境界。也许有人觉得可笑：一本 3000 年前写的古代哲学书和股市风马牛不相及，两者根本扯不到一块。这种观点是错误的，因为老子在《道德经》中谈道：“上士闻道，勤而行之；中士闻道，若存若亡；下士闻道，大笑之。不笑不足以为道。”意思是说上等人听了道，就勤勉地实行它；中等人士听了道，半信半疑；下等人听了道，大声嘲笑它。如果不觉得可笑，也就不能称其为道了。那么，老子的道的思想为什么能够成为股海的指南针呢？

首先，因为哲学是对自然、社会、人类思维以及人生规律的总结，对人们树立正确的宇宙观、自然观、社会观和人生观有着重要的指导意义。老子的《道德经》一书中包含着丰富的辩证法思想。如对立统一规律：“有无相生，难易相成，长短相形，高下相倾，音声相和，先后相随。”“祸兮，福之所倚；福兮，祸之所伏。”这些揭示的规律都是宇宙间普遍的规律。老子用“道”来表示。道是宇宙本体，是宇宙万物发展变化总的根本规律。作为国民经济的晴雨表——股市，同样有一只看不见的手在调节着它的运行。股市同



样受客观规律的调节。

其次,《道德经》是帮助我们在生活中、在股市里战胜自我的法宝。从股市里摸爬滚打出来的人常常有这样的感受,即股市里最大的敌人不是别人,而是自我。在股市里赚钱,只要战胜了自己,就能战胜庄家,就能赚钱。但是,战胜自己谈何容易。难怪老子在《道德经》第三十三章中说:“知人者智,自知者明;胜人者有力,自胜者强。”我们如果想成为生活中、股市里的强者,就必须战胜自我,战胜自己头脑中的散户思想,战胜自己心中的各种欲望、冲动、偏见和恶习,尤其是贪婪和恐惧这两位大敌。

要想战胜自我,最好的办法就是熟读老子的《道德经》,并勤而行之。

股市的道就是股市的规律,股市的趋势,股市的兵法原则,股市的哲学思想体系。研究股市之目的就是研究股市的规律,股市的趋势。掌握了股市的规律,明白了股市的趋势,完善了股市投资的哲学思想体系,在股市征战进行资本经营就会胸有成竹,战无不胜。随着社会的发展,资本经营是现代企业成长的历史和逻辑演进必然达至的最高境界。

以资本增值最大化为目标函数的资本经营,意味着企业经营哲学对资本的本质规定性的皈依,意味着企业经营对市场经济规律的尊重与遵守。在资本经营的思维里,利润不再是企业经营的终极目标,而是一个过渡性的指标;企业经营的终极目标是企业资本提供者的资本升值,操作上则体现为企业资本提供者所持有的企业证券或其他金融性资产在金融市场上的价格波动。在资本经营的思维里,企业价值是公司经营的核心概念。资本经营是对生产经营的超越和扬弃,但它并不是对生产经营的否定与排斥。

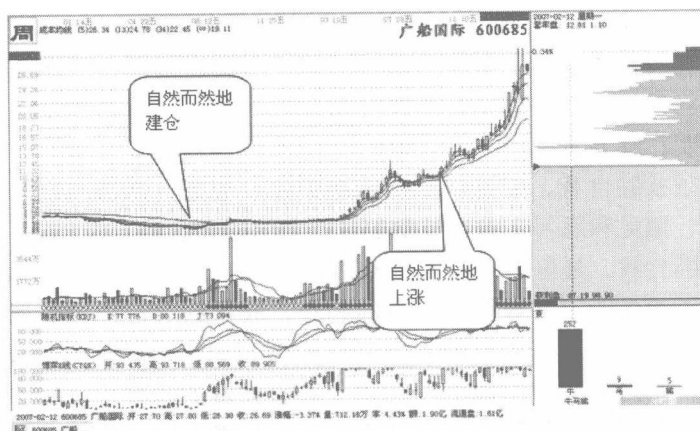
资本经营不是在生产经营之外另起炉灶的、与生产经营漠不相关的一种独立的企业经营形态。不进化到资本经营的生产经营,是没有前途的;脱离生产经营的资本经营,是危险的。所谓资本经营,就是指买卖资产与企业的经营行为。资本经营是与生产经营相对而言的。生产经营是指生产与买卖产品的经营行为,前者是以资产及企业的交易为中心,后者是以产品的交易为中心。由于企业实际上也是由资产组成的,是资产的集合物,买卖企业也是买卖资产,因而资本经营也可以说是买卖资产的经营行为,简称为资产的交易行为。资本经营确实在现实中是通过资产重组而实现的,因而这两个概念也可以相互替代使用,可以当做同一概念使用。

遵循股市之道,就是按照股市的规律运作。不按股市规律办事,只能是短暂的热闹,最后的结果总是要受到市场的惩罚的。违背股市之道的案例:中国证券史上的中科系的股票亿安科技(000008)、ST康达(000048),德隆系的合金投资(000633)、湘火炬(000549)、ST屯河(600737),ST托普(000583)等不按股市之道的规律运作,结果都是一时的热闹,最后都没有好下场,受到了必然规律的惩罚。



以下我们再看看遵循股市之道的案例：

案例 1：

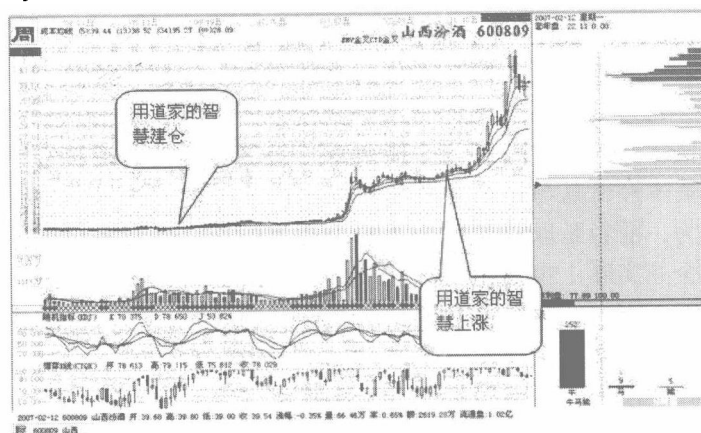


高级运作：

A. 中国证券市场目前能遵循股市之道进行资本的高级运作的上市公司太少了。但是毕竟还有少量的上市公司能按照资本高级运作的规律来运作，广船国际就是其中之一。

B. 广船国际能按照资本运作之道运作，当然会受到证券市场广大投资者的支持，能获得更高的回报和巨大的发展。

案例 2：



高级运作：

A. 山西汾酒也是少量能遵循股市之道进行资本高级运作的少量上市公司之一。

B. 证券市场上的资本高级运作必须顺天道，得民心，上市公司才能得到长期健康的大发展。对于那些不遵循股市之道的上市公司，只能是骗得一个短时

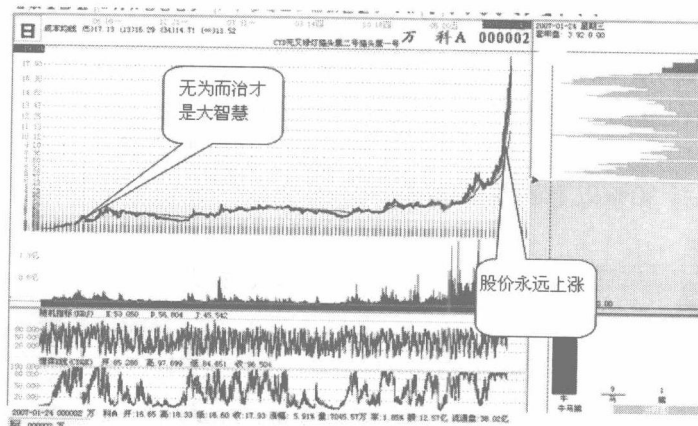


间的小利，最后的结局只能是以毁灭告终。从来没有一个在证券市场上不按照股市之道进行运作的上市公司会取得成功。也许会有短时间的疯狂和兽性冲动，获得暂时的暴利，但是如果不改过自新、弃恶从善的话，结果必然会像中国证券史上的中科系的亿安科技（000008）、ST 康达（000048），德隆系合金投资（000633）、湘火炬（000549）、ST 屯河（600737）、ST 托普（000583）等不按股市之道的规律运作的上市公司一样，结果都是一时的热闹，最后都没有好下场，受到了必然规律的惩罚。我坚信随着社会的发展、人类文明的不断进步，会有越来越多的上市公司会按股市之道进行高级的资本运作。

第四节 资本高级运作的最高境界

对于亿万资产的企业来说是必须进行资本的高级运作，而不是需要理财。资本高级运作，是属于高阶层玩的游戏；资本的高级运作是一件非常复杂的系统工程。如何做好资本运作，怎样达到资本运作的最高境界，我们通过深万科的案例讲述，读者朋友们自然就会明白。

案例 1：



最高境界：

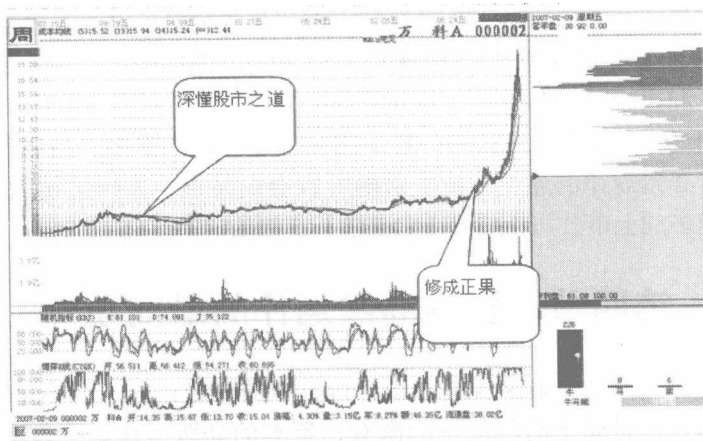
A. 深万科是 1984 年在深圳成立的一个小公司，1991 年 1 月 29 日在深圳证券交易所上市。深万科是一家典型的随着中国改革开放经济发展，而由小公司白手起家成长起来的大公司。

B. 深万科能够从一个公司成长为一家优秀的大公司，首先遇上了好时代，其次是有位优秀的企业家。深万科的成长可以说与其公司负责人王石的功劳是分不开的，可以说没有王石就没有今天的深万科。正是有了王石这样一位优秀的企业家，才能把万科从一个公司成长成一个大公司，一个有



核心竞争力的优秀公司。

案例 2：

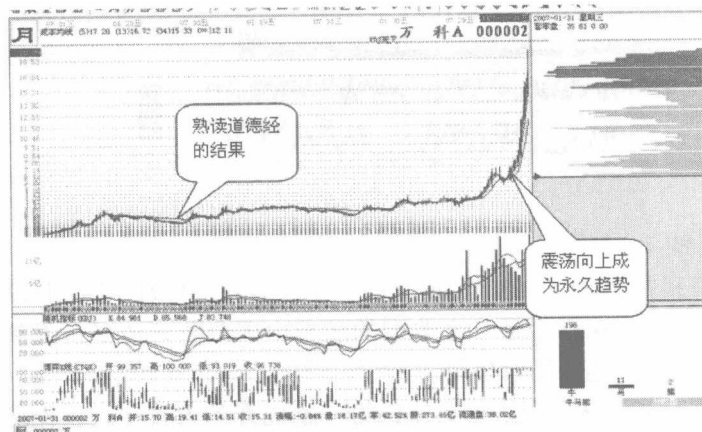


最高境界：

A. 深万科正是有了王石这个优秀的企业家，才成功地打造了万科这样一个优秀的公司。优秀的有核心竞争力的公司，在其产业运作成功的基础上进行资本运作，才是健康的资本运作。

B. 深万科从 1991 年上市后，在 2006 年前股价平均保持每年 30% 的涨幅；即使是在 2001 ~ 2005 年中国股市的崩盘期间，也能保持每年 30% 的涨幅。这在中国证券市场上上市公司中并不多见，其重要原因是万科产业的发展每年都能保持 30% 以上的增长幅度。

案例 3：



最高境界：

A. 长线持有深万科的投资者可以说什么时候卖出深万科都是错误的，特



别是在 2006 年深万科一年时间股价就上涨了 7 倍。这恐怕仅从简单的技术上是无法判断的，其深层原因是独树一帜的核心竞争力。深万科能够每年带给投资者 30% 以上的回报，当深万科发展需要资金时，就会有很多投资者和机构愿意把钱投资给深万科，让深万科去发展壮大。当深万科不断地诚心诚意地回报投资者时，不断地为投资者创造财富时，深万科在投资者心目中的可信度越来越高。这样就会有更多的投资者把资金投向深万科，让王石这样优秀的企业家把深万科做得更强更大，形成了投资者与企业家及优秀企业的良性循环。投资者信任企业家和企业，企业家和企业诚心诚意让投资者持续获得丰厚的投资回报，彼此形成良性循环，这才是资本运作的最高境界，这才是市场经济的最高境界。

B. 万科的资本高级运作，充分体现了企业家诚心诚意回报社会，回报投资者，把中小投资者当股东当老板的胸怀，体现了优秀企业家的诚信：这是一个小企业以自己的诚信和实力争取社会各界支持，健康成长的案例。资本高级运作的最高境界是优秀的企业家有能力把握市场机遇，把企业做强做大；同时还能诚信地回报所有的投资者，为投资者创造丰厚的财富，并在不断为投资者创造财富的过程中树立企业家和企业的品牌形象。一个有核心竞争力的公司，一定是在一个德才兼备的优秀企业家的领导下，一定是把所有投资者的利益放在第一位。其领导一定是一个有社会责任感的人；只有这样的人才有资格进行资本的高级运作，才能达到资本高级运作的最高境界。

附：深度研究——万科为什么这么牛

一、核心竞争力

据统计显示，中国企业的平均寿命是 7.02 年，70% 的企业生存寿命是 5 年。中国企业面对的偶然死亡的门槛以及必然遭遇到的劫难太多太多了，但是今天的中国还是有许多优秀的 20 岁的企业，耸立在房地产行业的万科就是其中一例。不久前，以王石为核心的万科第一代管理层正式完成了向以郁亮为核心的第二代万科管理层的过渡。虽然有人判断，王石是淡出前台走向幕后，但王石明确表示他今后不会接触过多的管理事务。执掌了万科 20 年的王石，深悟企业经营管理之道，他对管理的思考和判断，对众多的房地产商来说无疑是一笔财富。

万科从创建开始，到今天已经 20 年了。从一个无名小卒到中国房地产行业的“老大”，万科的管理起到了至关重要的作用。在管理上万科把握的最重要的东西是什么呢？

王石这么说：



经营万科20年中，我认为最为重要的一点是：做人要有尊严，要有人格。这完全是中国本土人很朴素的思维。从1983年到深圳创业时起，我就把这当做自己做人的一个底线，告诉自己哪些能做，哪些不能做。1983年的深圳正处在改革开放初期，当时形成了一种权钱挂帅、拜金主义、物质至上的现象，权钱交易风行。我没有为了赚钱，为了物质生活的提高，而丧失所追求的尊严和人格。万科坚持做到不仅自己不行贿，也不能受贿，因为无论从法律还是从道德角度来讲，行贿、受贿都没有理由。

现在很多企业家都说，行贿不是自己所想，而是因为不给对方额外的好处，合同就签不下来。但是万科没有屈服，这与借鉴西方思想没有什么关系，与民主、自由也没有任何关系，完全是中国传统的东西，是作为中国人所应该把握的。然而，随着市场经济的深化、市场的成熟，遵守规则的人成了稀缺资源，但对于万科而言遵守规则是底线。为什么万科能走到现在，而且越做越好做，我认为是因为我们坚持了自己的人格和尊严。市场经济是契约精神驾驭下的信用，摒弃不正之风恰恰符合了市场经济原则。

很多人也都曾经问及万科这样做在当时是不是很难，我说不难，但是有困惑。一个社会逐步走上正轨，这个过程往往是通过运动、严打而实现的。而每一次无论是经过运动还是严打，万科都非常坦然。1999年，深圳一个主管城建的副市长出了问题，当他被审查后，房地产老总们双规的双规，住院的住院，出国的出国，失踪的失踪。一下子深圳房地产业平静下来了。有一次我在吃饭，一个人走过来问我为什么在公开场合露面，“房地产业出事了，你万科是很大的一个房地产公司，你没有一单是亏心的吗？”当时我才觉得自己一下子高大起来。这就叫做路遥知马力，日久见人心。

曾经有位企业家演讲时坦白自己行过贿，台下顿时响起热烈的掌声。给他鼓掌有两个原因：第一就是引起“共勉”，大家都行贿；第二就是欣赏他坦白的勇气。而2003年、2004年我在与北大、清华等MBA学院的学生交流时，谈到万科不行贿，当时一半以上的学生是不相信的，他们觉得万科不可能不行贿。然而我在万科的20年里，最深的体会之一就是要有人格，要有自己的尊严。如果这一点丧失了，企业做得再大，财富积累得再多，在发展的过程中都埋伏着一种隐患。

二、万科在下一个10年中将会有怎样的战略

王石说：

我们预计了一下，参照美国和日本市场的数据，各个行业中的前5位基本上在市场份额中应该占到16%~20%。也就是说，前5位的企业平均最低的市场占有率是3%。万科在2003年的市场占有率是0.99%。我们假定按照中国房地产市场目前的发展，在10年之后，万科至少可以达到3%的话，这



个份额大概是1000亿人民币。万科10年之后的水平相当于我们现在的联想、海尔的水平。万科的高速增长，是从2004年才开始的。正因为有这个空间，有这个时间，我们预计的经营规模增长虽然是很有限的，但是我们2005年的利润增长就已经有四五个亿，预计2007年规模会再上一个台阶，利润也会上一个台阶。

我个人认为既然中国企业家这么热衷于韦尔奇，无非是有把企业做大、做成企业帝国的梦想。万科希望在未来的10年当中，在多元化和专业化的过程中会继续努力。我们的专业化往下走就是精细化，这是万科非常明确的目标。我们未来的10年专业化合作就是要精细化。目前我国大多数企业无论是从做市场产品上，还是管理的水平上都还处于一种粗放的形式。这其中很重要的一个原因就是企业家们这些年没有受过专业训练，缺乏积累，所以我个人觉得不能指望一期两期的MBA毕业生到企业里来就可以改变面貌。我相信10年、20年后，这些人才是衡量企业专业水平的指标。所以，精细化是未来10年的必经之路。

三、万科继续领跑未来的房地产行业

王石说：

现在全国的房地产商，无论发展得大还是小，其实都是在同一个起跑线上；能不能领跑未来，在于你现在能不能建立面向未来的竞争优势。而我觉得这个竞争优势只有一个，即在完全市场化的竞争阶段，谁具备了持续的核心竞争能力，也就是对客户的把握能力，谁就能更好地赢得客户，赢得未来。如何获得这样的能力，是万科的核心竞争力需要面对的问题。这是一个系统的问题，包括人才的优势、制度的优势、文化的优势。

20年来，万科选择了一条专业化的发展道路，打造了一个富有人文精神的品牌，建立了一套阳光照耀的体制，也培养了在业内最受尊敬的一个职业竞争团队。这一切，共同奠定了万科行业领导者的地位。房地产有它的特殊属性，即便是万科达到了3%的市场占有率，规模也只不过和现在的海尔相当。所以规模的大小不是万科核心的东西，核心是如何让企业掌握自主知识产权。反思我们现在的企业，感觉好多走在前面的企业增长非常快，利润也获得比较容易。这个时候没有投入相当多的人力、财力，是不行的，只有适时地投入相当的物力、财力、人力，才可以进行更长远的5年、10年、20年核心竞争力的发展。企业之间是一个没有终结的比赛，只有处处领先，处处领跑，才有可能获得竞争优势，取得最后的成功。

四、20岁的万科活得很尊严

1999年正值王石壮年，他却毅然决然辞去了总经理职务，引得业界一片



哗然。原以为他的登山就是“陶渊明式的归隐田园”，却没想到他用两年半时间登遍七大洲最高峰，成为企业家第一人。而 2005 年行业内纷纷扰扰的“百亿之争”，再次使这位行业教父成为焦点所在。

1. 给普通人造房子

这是万科前期提出的一个观点。对楼市新政的最简洁的解读，就是“给普通人造房子”。早在 2000 年的时候，万科就提出“面对新经济，关注普通人”的口号，并身体力行。普通人，指的就是城市住宅商品的消费主流，也即是中低收入者。

有人说，提出“关注普通人”，是不是因为以前关注得不够，还是以前就关注，现在更加强调呢？其实，万科早期确实关注得不多，这是由当时的房地产市场决定的。1998 年以前的房地产市场，主要还是以政府主导的福利房为主，房地产开发商只解决先富起来的人的住房，不纳入公共福利系统的住房开发。

1998 年，政府推出了取消福利房等政策，将全社会的各类人都纳入市场体系。而开发商的住房产品真正成为主流，是在 2000 年之后。

巧合的是，万科后来开发的主流产品，都处在 105 ~ 120 平方米之间。如四季花城的主力户型是 115 平方米，金色家园是 105 平方米，正好和新政的规定差不多。

2. 未来的行业应该是个共生体

10 年前的万科、金田，两家当时实力差不多；但那时正处于一个拐点，此后两家就走上了完全相反的发展道路。

现在行业内对于多元化还是专业化发展的争论还没有结论。不少人认为多元化也能成功。这在市场好的时候当然成立，但市场不好的时候呢？GE、长实、和黄的多元化，是经多年的积累之后兼并的结果，完全是分离的经营。

不光是做地产专业化，在地产领域之中，是经营酒店、写字楼，还是住宅？就算是做住宅，也要看到底做哪种住宅，是别墅，还是普通住宅，这些都要越来越专业。

此外，一定要做社会资源整合，形成产业链，就像个共生体。万科要做的就是核心的创新研究。比如营销等业务将逐步社会化，万科的营销人员只是负责对客户的长期跟踪服务。现在有很多优秀的中介企业，比如世联、中原。但是万科在防守自己的某些业务的时候会和中介公司达成一定的协议，他们在提供中介服务的同时必须要维护万科的一些价值观。

3. 诠释万科公司治理的成功奥秘

证券市场持续低迷不振，地产行业诚信危机不断，公司治理似乎也成了老得不能再老的话题。然而在沪深证券市场上，真正被公认为出色，并得到国际资本市场美誉的公司少之又少。



刚刚走过 20 周年的万科为市场带来一缕新风，万科荣获了英国 IR 杂志颁发的中国区“最佳公司治理奖”和“最佳年报提名奖”。万科的独到之处在哪里？

A. 尊重投资者需要规范透明

在英国 IR 杂志颁发的中国区 2005 年度奖项中，万科荣获“最佳公司治理奖”和“最佳年报提名奖”。健全的公司治理可以打造公司的健康肌体，良好的 IR 可以将公司的价值得以最大地提升。万科在实现卓越治理与良好 IR 方面实现了良性互动，成功的秘诀是什么？

首先，应从万科的企业文化谈起。万科的企业文化核心是尊重人，其中至关重要的一点就是尊重投资者。万科的做事原则是规范、透明，同时还要均衡，这些可以说是我们对尊重投资者的一个理解。

规范、透明的意义在于让投资者能够清楚你现在在做什么，他们把钱交给企业家，能够放心企业家不会拿去乱花。这是一个企业获得投资者信任的核心和关键，万科按照这个原则做了 20 多年，管好股东的财产，才累积起来这个品牌。房地产行业是一个资金密集型行业，为什么别人给万科钱？投资者给企业家钱的前提之一是对企业家管理的公司了如指掌，不管好和坏都能做判断。企业家必须告诉大家真实的情况，并且遵守游戏规则。

企业家除了做事情规范之外，重视做事情的成果，这个成果就是对股东的回报。你说你做事情虽然很规范，但是没有给股东足够合理的回报，这个企业肯定也称不上一个优秀的企业，没有尽到对股东的责任。所以万科很重视公司的成长性，从 1989 ~ 2004 年，利润增长了 77 倍，股票价值增长了 102 倍。

投资者获得了回报，也会提高他们对万科的投资信心。

的确，房地产行业目前面临着诚信危机。而且这段时间不仅是证券市场低迷，部分城市的房地产市场也比较低迷。但是，这是一个非常有前景和空间的行业，投资者也这么认为，否则他们就不会选择万科股票。但是企业家有责任向投资者讲清楚企业家的判断和举措。企业家会及时和投资者沟通对行业的看法，告诉他们万科可能受到什么样的影响；但同时也会传递给投资者一种信心，就是即使在逆境下，万科也能够保持稳定的增长，更加谨慎地管理股东投入的资本。从乐观的角度来说，这种形势更能够突出万科的优势，考验企业家给股东创造财富的能力。万科长期以来执行的财务政策是比较稳健的。

现在回头来看，万科的做法是对的，是对股东财产负责任的一种做法。

除了 IR 两个大奖之外，万科还 3 次获得福布斯颁发的最佳小企业奖。这一奖项主要表彰国际上一定规模以下的、经营业绩优良、公司治理程度良好的上市公司。还有亚洲财经传媒 Asset Benchmark、《亚洲货币》颁发的最佳公



司治理奖以及其他投资者关系奖。这里面有个特点,就是万科所获的和公司治理相关的奖项,大部分是由国际性组织颁发给的。这说明国际资本对公司治理水平相当看重。在大家都需要走出去融资的情况下,公司治理就成为了万科的重要竞争优势。

万科有一支非常成熟的职业经理人队伍,来当股东的管家。万科对股东的承诺,是依靠这个团队来进行的。职业经理人的素质,是万科股东文化能够得到延续的重要条件。除了用万科价值观的影响之外,也建立了一种制度,将管理团队的激励和投资者利益联系起来,让公司治理能够得到持续的改进。

B. 尊重投资者要持续,更要回报

就像一个品牌的建立需要时间的检验一样,投资者关系的建立和经营,需要的同样是时间、耐心和毅力。而建立这种关系的前提是公司对投资者发自内心的尊重,公司有这样的价值观,投资者关系负责人才有可能把这个工作做好。往往,许多企业重视了销售,也就是客户,也重视了员工,但就是忽略了投资者。这种忽略也基于对投资者的判断中有一种这样的困惑,觉得上市公司的投资者是流动的,随时都在变化,今天你尊重了他,明天他就不是你的投资者了。这其实是一个误区。企业家面对的投资者其实是一个整体,无论是长期的、短期的,不同类别的,都同样是投资者,是企业家的“老板”。成功的企业家对投资者的尊重程度必须是持续的、日常的。

万科的投资者关系正是按照这样的指导思想推进的。公司1993年发行B股后,按照香港的通行做法,每年举办两次业绩推介会。1997年金融危机时,机构投资者的投资热情下降,出席会议的人寥寥无几。会议开始前,王石董事长调侃地说:“今天的会,感觉坐在台上的人比台下的人要多。没有关系,只要还有一个投资者出席,我们就会把这个会开下去。”这是一个态度,对投资者尊重的态度。

再比如,投资者对重大政策、行业和市场的变化情况是高度关注的。了解并认同公司的判断,投资者才能放心。这就对公司提出了要求。万科的做法是,除了通过媒体向广大投资者,特别是中小投资者及时表达公司对相关政策和行业变化的看法并描述对公司的影响外,公司IR小组还会向机构投资者发送邮件,阐述政策的影响等,保持与投资者的互动。

当然,对投资者的重视,最重要的一点还体现在董事会的重大决策以及股东利益的分配上面。在这一点上,万科的股利政策、重大融资策略等均是在充分体现股东利益的基础上进行的。因为,万科充分地体会到,万科的发展与资本市场和股东息息相关,在过去是,现在是,未来仍将是。

C. 提高上市公司质量贵在品牌意识

万科是中国最早上市的企业之一,如果没有证券市场,很难想象从1988~2005年,万科能够从4000多万的注册资本,扩大成为拥有66亿净资



产的全国性企业。从万科发行股票到现在的 17 个年头里，中国证券市场成长非常快。此次中国证监会提出了提高上市公司质量的 26 条意见，对稳固这个发展，有非常重要的作用。

在这 26 条意见中，注意到一点，就是鼓励资本向优质上市公司集中。中国股市在大盘低迷的情况下，万科股价仍增长了 23%。投资者是非常非常谨慎的，不仅仅是中国内地的投资者，境外的投资者也很谨慎。万科没有在香港上市，但是万科有 B 股。由于 B 股交易的不合理性，一般的 B 股股价要比 A 股股价低。万科 B 股在很长一段时间内超过了 A 股股价，说明境外投资者对万科也是看好的。说企业融资难，其实不难。当一个公司做到让大家觉得可信的时候，融资并不难。现在 26 条的出台，实际上给了企业更大的融资方便，是一个良性循环。

如何来理解提高上市公司质量呢？笔者认为：首先还是要建立资本市场的品牌。谁都知道，监管很重要，但是品牌同样重要，品牌的存在可以大大降低监管的成本，提高监管的效率。打个比方，对食品卫生，完全没有监管是不行的，但是对街边的大排档进行监管，和对麦当劳、肯德基进行监管，这个难度是完全不同的。建立一个品牌不容易，他自己会珍惜，所以他会自律。资本市场也是这样，当投资者都开始重视公司品牌的时候，上市公司质量就会有一个飞跃。

而对于上市公司自己来说，提高资本的使用效率，是非常关键的。万科过去的经营也比较粗放，各种资源，包括资本的整合效率并不是很高。现在万科在提精细化，万科 1999 年成立了技术研究中心，全力以赴进行技术创新研究。万科现在申请的专利不到 40 项，预计 3 年之后可能做到 250 项；通过提高产品的价值链，可以用同样多的资本赚到更多钱，回馈给股东。

五、阳光照亮的体制

- ☆ 万科对内平等，对外开放，致力于建设“阳光照亮的体制”。
- ☆ 专业化 + 规范化 + 透明度 = 万科化。
- ☆ 规范、诚信、进取是万科的经营之道。
- ☆ 万科鼓励各种形式的沟通，提倡信息共享，反对黑箱操作。
- ☆ 反对任何形式的官僚主义。

以上这些才是万科股价持续走牛的核心要素。这才是企业家们需要学习的资本高运之道，才是投资专家要进行深度研究的资本运作的最高境界。股市狙击高手如果能达到这样的境界，当然能在股市逍遥遨游。

金融经济时代企业是资本与企业家之间博弈均衡而达成的一个特别契约。“企业家雇佣资本”并不会导致股东利益不保，“用手投票”和“用脚投票”的双重机制将促进企业家关心股东利益。一方面，股东毕竟拥有终极控制权，



当企业家不能保障企业经营获得令股东“满意”的结果时，企业家将职位不保。综合企业的契约理论和奈特的不确定性理论，我们可以看出，企业家面临的主要问题是：契约之合同的确定性与企业经营结果的不确定性之间的矛盾。企业家的首要职能就是运用自己的能力应对不确定性从而保障各种刚性收益的满足。企业家的成长和发展离不开持续的资本供给。在现代资本市场机制下，经济金融化日益深入，金融日益成为经济的先导；被资本市场所摒弃的企业和企业家，注定没有前途。上市公司需要在两个市场之间从容穿行，并使相对稳定的企业价值在资本市场永恒不息的价格波动中，得到最佳的价值实现。这是资本经营的要害之处，也是资本经营的精妙所在。

“他山之石，可以攻玉”，这句话是说：玉，是性质温润的东西，如果把两块玉互相磨，一定磨不成玉；必须用粗糙的矿石，才能磨得成玉。这就像君子跟小人相处一样，君子被小人侵害，就自己修炼避开小人，心中弄清楚了，做出让步，忍让小人，提高了预防的能力。这样就可以锻炼成为君子。所以说美玉是需要经过无数次的磨炼之后方才能成大器。

中国证券市场走到今天，特别是经历了最艰难的2001~2005年4年多的熊市后，市场造就了少量优秀、懂资本高级运作的企业家，他们的胸怀和眼光远大而深邃。只有懂资本高级运作之道的优秀企业家才能肩负复兴中华民族的重任；中华民族的再次崛起才能有更高的历史坐标，然后去寻找中华民族曾经有过的最高文化坐标。只有这种有中华民族文化思想的资本高级运作的坐标才是世界性的坐标。资本高级运作的最高境界是：运作得好像没有人运作一样。这种无为而治的资本高级运作才是最完美的。这样完美的资本高级运作可以把握世界上的任何一个巨型机会，逐步在世界经济领域取得举足轻重的地位，受到人们高山仰止般的崇敬。



附录：

北京股胜资产管理公司发展战略研究

摘要

21 世纪是中国走向富强的时代，未来 10 年是中国资本市场快速健康发展的 10 年，也是中国本土资产管理公司迅速崛起的时代。北京股胜资产管理公司如何抓住历史性的机遇，快速、健康、稳步发展，做强做大，并逐步将北京股胜资产管理公司打造成中国第一品牌的资产管理公司，本文从多方面进行了研究分析和论证，为北京股胜资产管理公司未来 10 年的发展明确了战略方向和战略目标。



绪论

第一节 课题的由来

未来 10 年中国最大的财富机遇在哪里？在证券市场。

从中长线的角度研判，此时介入股市风险非常低，几乎为零，是没有任何风险的；换言之，是可以控制一切，可以确定风险的。因此，可以肯定未来 10 年的财富最大增长机遇是在中国股市，错过这个历史性的财富增长机遇就像错过 1996 年房地产的财富增长历史机遇一样，只会留下遗憾。北京股胜资产管理公司如何抓住这历史性的财富机遇，帮助更多的投资者创造更多的财富，在获得人们尊敬的同时，股胜公司也迎来辉煌的发展呢？

面对这样历史性的财富机遇，股胜公司的高层必须从忙于应付日常事务中抽出时间，制定公司未来 10 年的发展战略。战略制定者要从战略管理、战略评价、战略实施等方面综合考虑。

第二节 北京股胜资产管理公司简介

北京股胜资产管理公司是 2000 年在北京工商局正式注册成立的。自 2000 年以来长期活跃在中国资本市场和理财投资市场，在理财投资和资产管理方面拥有多年丰富的理论知识和实践经验。公司数名资深分析师和理财规划师，不仅时刻关注着中国资本市场基本面和技术面的走势及形态变化，将中国传统文化的哲学思想与西方的理财投资理念相结合，并结合西方先进的理财投资管理成果，形成了一整套独具特色的资产管理哲学思想体系。

公司从刚起步开始，就把“独树一帜，追求卓越，稳健创新，永葆激情”作为自己的企业精神，并要求每一位员工在日常的工作中把这种精神潜移默化，变成自己的自觉行动，使公司大踏步地发展，从而使公司在资产管理行业产生深远的影响力和震撼力。经过近 7 年的发展，股胜公司已经从当初几个人艰苦创业，发展成为现在拥有 20 多名员工，管理着上亿资产的颇具实力的资产管理公司。这种企业精神仍在每个员工身上充分体现出来，并将继续对公司未来发展产生深远的影响。

公司的发展战略是：打造中国第一品牌的资产管理公司，为中国资本市



场投资管理行业与国际接轨，参与国际竞争而发挥自己独到的作用。在带动资本市场更加繁荣的同时，通过一流的人才智囊团，满足本行业不同投资者的需求，帮助投资者回避市场风险，和中国企业家一起突破企业发展的瓶颈，使得投资者、企业和公司员工一起超常规发展，打造出中国本土第一品牌的资产管理公司。公司业务覆盖了资本市场的各个方面，包括证券投资、资产管理、资本运作、联合坐庄；代客操盘、并购重组、借壳上市；委托管理、股市分析、网上交流、高级职业操盘手培训，等等。

公司客户南到广东，北至黑龙江，遍布全国各省市、自治区、直辖市。诸多客户的认同进一步显示了股胜公司非凡的竞争实力。我们的有效服务，得益于我们在为企业服务过程中逐渐发展壮大、配置趋向合理的专业化团队。在我们这个团队中，既有专司企业营销策划、证券投资分析、理财投资咨询的专业群体，又有在资产管理、品牌塑造、理财规划设计等方面有丰富经验的专业团队，使股胜公司在资本运作、资产管理、理财规划以及投资咨询中都体现出卓尔不群的杰出思想。与股胜公司合作过的机构有：建设银行、北京银行、建华集团、亿阳通信、东欧集团、黑化股份等。股胜公司以其开放的思维，全新的资本管理理念，与投资者共铸资本市场的辉煌。

第一章 企业外部环境分析

第一节 我国资产管理公司行业分析

我国的资产管理公司的起步也是最近几年的事情。最早是中央政府直辖的四大资产管理公司长城、信达、东方、华融。当时，为了实现国企3年解困的改革目标，国家先后成立了华融、长城、东方、信达4家资产管理公司，承担处理从四大商业银行剥离出来的不良资产的任务，其中包括对一部分大型国有企业实行债转股。但是，目前这四大资产管理公司并没有进行市场化的转型。国内真正开始进行市场化运作的资产管理公司，主要是保险公司创建的资产管理公司，例如中国人寿资产管理有限公司。中国人寿集团公司是中国最大的保险集团，旗下的中国人寿资产管理有限公司管理着超过7000亿元人民币的资产，是国内最大的保险资产管理公司、国内资本市场最大的机构投资者，货币市场的重要参与者。公司自成立以来，努力构建专业化资产管理体制和机制，全面完善风险控制体系，始终坚持价值投资理念，努力提



高自主创新能力,积极开展资金运用新渠道的投资;投资收益逐年稳步提高,对国内资本市场的影响力不断增强,资产管理能力和水平显著提高。

第二节 加入 WTO 对我国资产管理行业带来的机遇与挑战

中国加入世贸组织以后,对资产管理行业的发展,既是一个严重的挑战,又是一个很好的发展机遇。WTO 有 3 项职能:制定规则,主要是贸易规则;开放市场,即互相开放市场,促进世界贸易的发展;解决成员国之间的贸易冲突、纠纷。中国加入世贸组织,不仅意味着中国国际地位的提高,中国在 WTO 有了平等的发言权,而且意味着中国要进一步改革开放,意味着中国要参加世界经济的全球化进程。加入世贸组织必然会给我带来巨大的利益,但这种利益不是马上可以见效的,我们要从战略的观点、国家的长远观点来看这个问题。但是,随着外国有竞争力的商品和服务业的进入,也势必给国内资产管理行业带来挑战和冲击。面对机遇和挑战,我们一是不惧怕新事物;二是不能自满自足,过分自信;三是要认真研究别人失败的经验和有益的政策,以辩证务实的心态面对。

首先是挑战,这是不可回避的,客观存在的。因为中国的资产管理行业起步不久,总体来说,人员素质低,管理水平相对落后,面对外国的那些有实力的大企业、大集团,我们确实是难以硬拼的。无疑,不是一个重量级,很难竞争得过人家。但是,我看中国的资产管理行业是绝不会自甘落后的。

要看到我们有自己的优势。它可以进来,我还可以出去。我们可以在竞争中增强实力,学习先进,逐步提高。笔者认为中国民营资产管理行业是会勇敢地接受挑战的。只有勇敢地接受挑战,我们的竞争力才会大大提高。

其次,是发展的大好机遇。我认为加入世贸组织以后对中国民营资产管理行业的发展确实是大好的机遇。

机遇表现在哪里?一是有助于我们更好地学习国外的先进理论、先进的科学管理,提高我们自己的资产管理能力和管理水平。二是有助于我们在企业制度方面与国际接轨,如股权结构的改善,治理结构的完善等等。这对企业的进一步发展是有长远意义的。三是了解国外市场的变化、信息、动向,了解外面的需求。这对我们自己的发展是大有好处的,特别是有利于外向型企业的发展。四是有利于我们平等地参与世界市场的竞争,发挥我们的优势,走向世界,增强实力。毫无疑问,加入世贸组织以后,非常有利于中国民营资产管理公司提高自己的素质,在发展中上一个新的台阶。

中国民营资产管理公司面对加入世贸组织以后的机遇和挑战,笔者想只能从以下几个方面提高自己。一是克服小富即安的思想,增强竞争的勇气、



毅力，为国争光，为民族经济争气。二是在理论创新方面要增强后劲，把精力用在核心竞争力的提高上。要提高理财产品的科技含量，注意开发新的理财产品；要创名牌，保名牌。三是加强企业管理，挖掘潜力，很好地调动全体员工的积极性，不断地降低成本，提高效率。四是研究市场，重视营销。五是要重视联合，尽可能多地与更多的机构合作，取长补短，用天人合一的哲学思想团结一切可以团结的力量。

第三节 竞争对手分析

一、基金公司

我国的证券投资基金是从1997年开始发展。最近两年随着股市的转暖，基金发展规模不断增加。虽然基金存在着大量问题，但是目前中国证券市场上基金还是最有实力的机构，最有发言权的主要机构。

随着市场博弈各方的转换，原先占据主导力量的私募基金渐渐退出历史舞台，而数量日趋庞大的公募基金越来越成为市场真正的主力博弈方。因此，处于非基金阵营中的任何一方，若想战胜市场，唯有真正了解基金。

二、QFII

QFII（境外机构投资者机制，即 Qualified Foreign Institutional Investors），意思是指合格的境外投资者制度。在一些国家和地区，特别是新兴市场经济的国家和地区，货币没有完全可自由兑换，资本项目尚未开放，外资介入有可能对其证券市场带来较大的负面冲击，因此 QFII 制度是一种有限度地引进外资、开放资本市场的过渡性制度，主要是管理层为了对外资的进入进行必要的限制和引导，所采取的措施，使之与本国的经济发展和证券市场发展相适应，控制外来资本对本国经济独立性的影响，抑制境外投机性游资对本国经济的冲击，推动资本市场国际化，促进资本市场健康发展。这种制度要求境外投资者要进入一国证券市场时，必须符合一定的条件，得到该国有关部门的审批通过，对外资进入进行一定的限制。它限制的内容主要有：资格条件、投资登记、投资额度、投资方向、投资范围、资金的汇入和汇出限制等等。

什么样的境外机构投资者才是合格的？在这当中需要很多条件，核心是不能短期炒作，应具有中长期投资的性质。中国台湾、韩国等地的经验表明，引入 QFII 机制后，热衷投资绩优股、重视上市公司分红、关注企业长远发展的理性投资理念开始盛行，投机行为有所减少，在一定程度上降低市场的巨幅波动。



因此,通过引进 QFII 机制,吸引境外合格的机构投资者参与进来,将有利于进一步壮大机构投资者队伍;还可以借鉴国外成熟的投资理念,促进资源的有效配置;同时促进上市公司提升公司治理水平,加速向现代企业制度靠拢。

三、投资理念更新势不可当

从庄股时代到价值投资理念的兴起,再到宏观调控下五朵金花的凋零,市场的价值取向在逐步走向成熟的过程中经历了反复的历练。证券市场的“话语权”从私募基金——券商——基金的变更,并非市场投资理念从庄股时代向价值投资时代的主动更迭,而更多的是资金实力的悄然改变推动了理念的转变。2005 年的价值取向变化跟资金相对实力变化仍然密切相关,但需要引起投资者注意的是, QFII 的加入已经在逐渐改变这种资金实力说话的“潜规则”。2005 年是一个新的价值取向形成年,基金虽然在一定意义上还是主角,但经过了“大跃进”高峰扩张年的基金后续实力已经开始削弱, QFII、保险资金将显现出较快的上升势头。虽然在力量上还难以和基金抗衡,但其增量资金的跟进速度和力度足以对基金的地位产生动摇,而且投资理念的优化、资金运作的灵活性为其提供了脱颖而出的机会,市场的价值取向有望向他们靠拢,价值取向的量变过程正在进行。

首先是 QFII 的声音会更响亮。QFII 在韩国等地的经验告诉我们,不能小视他们的力量,他们可能只是动用相当于 10% ~ 30% 市值的资金撬动剩余大部分的资金跟随。同时,从外汇储备的不明大额增加中我们能够隐约感觉到除了在阳光地带的 QFII 以外,地下灰色的境外流入资金实力其实可能更为庞大,他们的渗透力可能已经超过了我们的预期。不管我们是否会主动接纳 QFII 的投资理念,他们成为主角将会成为未来的客观事实;而从目前他们的选股思路上看,稳健可能是放在第一位的。

其次强调分红。市场对上证所红利指数的推出反应很淡,但是从长远来看博取差价的收益应该退居红利收益之后,管理层对于上市公司强制分红的举措也将从客观上提供给投资者更多分红品种的选择。

分红导向型的投资也是目前国际主流投资策略之一,其获利水平完全能够超出市场的平均收益水平;未来的主流机构——保险资金和企业年金,很可能也采用这种策略。随着上证所分红指数的推出,强制分红制度的实施以及预期未来红利税的降低,分红型投资理念有望得到市场其他参与者的认同。无论我们承不承认,中国证券市场已经进入到群雄争锋的战国时代、证券市场机构大博弈的时代,作为资产管理公司如何有效地利用各方参与机构的力量进行股市狙击已是我们新的命题。



第二章 企业内部条件分析

第一节 企业优势分析

目前中国各类金融机构（包括银行、保险、证券、基金、信托等）从事财富管理的专业人士估计不到5万人，已获得CFP资格的仅几百人。不过，每年参加AFP（国际金融理财师）和CFP（金融理财师）考试的人在迅速上升。

而中国金融机构的理财师主要是销售型的，素质普遍比较差。比如保险业，是开放最早、最快的，竞争非常激烈，团队的素质比较低，对客户的服务主要是卖产品。而财富管理主要是提供咨询和建议，不仅仅是卖产品。

5个行业（银行、保险、证券、基金、信托）都是按照信托的机制建立起来，本应该是混业的，但是现在是分业，使得理财师的独立性受到很大限制，因此理财师未能学到财富管理的精髓。

股胜公司的核心竞争力主要体现在专家优势上。股胜公司首席理财投资专家宏皓，北大EMBA毕业，职业投资专家，著名股票投资专家。担任过股市、股市两栖大资金首席操盘手，在股市、期货市场有10年征战的经历，私募基金管理人。在《大众证券》、《大江南证券》、《信息早报》、《证券投资》等媒体发表过上百万字的财经文章，著作有《股市思维风暴》、《铁腕征战》、《第一财富大道》、《股市实战指南》、《家庭理财行动》、《资本大博弈》、《再度飙升》、《飙升之前》、《短线狙击》、《卓越理财》、《理财身价倍增》、《理财决定命运》等。经过10多年股市风风雨雨的磨炼，他成功地创建了一套理财投资稳赚不赔的哲学思想体系，在资本市场的投资者中有较大的影响力与认同度。

“山不在高，有仙则名；水不在深，有龙则灵。”资产管理最核心的优势是能让投资者的财富稳步增值，而能让投资者财富稳步增长的只有高水平的顶级投资专家。所以，资产管理公司不在大小，只要有高水平的资产管理专家，公司就具备与任何同行业大机构竞争的核心优势。

第二节 SWOT 分析

北京市股胜资产管理公司的主要优势是有高水平的理财投资专家，劣势



是没有营销网络和销售渠道。

机遇来自于未来中国资本市场巨大的财富机遇;威胁是来自国外更有资金实力和背景的大财团型资产管理公司。面对这种严峻的现实情况,我们该怎么办?

国内现有的理财机构有基金公司、证券公司、QFII 等机构,都是靠收取基金管理费生存,不管投资者是赚是赔,都得交管理费。QFII 是我国金融对外开放后引进的海外理财机构,也是和基金一样靠收取管理费生存,更何况外国人不了解中国的文化,难有作为。中国人必须用自己的智慧来解决问题。

股胜公司专家宏皓经过 10 多年的实践探索,逐步形成了成熟的有中国文化特色的投资理财哲学思想体系,可以确保为投资者进行理财时,让投资者的财富稳步增长,零风险稳定收益。我们提供的理财方案,是建立在投资者稳赚不赔的基础上的,是以实实在在让投资者财富稳步增长为目的,是获利后按纯利的协商比例提成。我们全新的理财理念是不同于其他机构的,与其他机构比较后更显得独树一帜、卓尔不群,对投资者更有吸引力。我们创建的“每年 30%”的理财模式,是建立在未来 10 年中国股市大牛市的大背景下。然后选择二级市场有投资价值的基金或股票,在其价值低估时买入,在其价值高估时卖出。在宏皓这样高水准的顶级专家管理下,无论是投资者收益的稳定性还是投资者的零风险,都是国内其他理财机构无法相比的。股胜公司将自己创建的稳赚不赔的理财投资哲学思想体系奉献出来,为更多的投资者财富的稳定增长做出贡献,让更多的投资者进入到理财市场来,让更多的投资者的财富能安全、稳定地增长,为社会的发展和进步做出贡献。

第三章 企业发展战略目标

第一节 2007 ~ 2017 年总战略目标

北京股胜资产管理公司未来 10 年总的战略目标是:将公司打造成为中国第一品牌的资产管理公司。

公司的总股本扩张达到 60 亿元(人民币)左右。

公司资产管理规模达到 600 亿元(人民币)左右。

公司毛利润 10 年后达到每年 40 亿元(人民币)左右。

我们的定位:



1. 目标市场定位

“知己知彼，百战不殆”是军事家的千古名言。有勇无谋的将领会不顾敌我实力与战场情况四面出击，而足智多谋的统帅则审时度势运筹帷幄，各个击破。因此运用SWOT分析工具，我们清楚自己的内部优势和外部劣势，及威胁和机会所在，并可在在此基础上通过选择差异性市场策略来确定自己的目标市场。如我们要将股胜公司打造成中国第一品牌的资产管理公司，只要在这10年内打好民间股王这张牌，能让全中国人大部分都了解和认同，那么，中国第一品牌资产管理公司的地位谁也无法撼动。因此，我们用10年的时间做好一件事——让民间股王这个理财投资专家品牌得到大部分中国人的认可，就解决了所有问题，市场营销、客户渠道、资金、利润、公司发展等问题都会迎刃而解。

2. 理财服务定位

理财市场需求是多样化的，股胜公司在做具体理财产品与服务计划活动时，应先分析用户，深入了解目标市场的客户需求，了解在这一市场哪些理财产品和理财服务属性对于其是重要的，并针对满足其需求提供个性化理财服务。这样将不仅有利于我们拉开与竞争者的距离，同时还可提高客户的满意度和培养客户忠诚，建立公司长久的竞争优势。股胜公司对投资者的理财服务定位于每年20%~30%的稳定收益，这样可以将大量理性的机构及个人投资者发展成为我们公司长期的客户。

3. 结合服务定位确定营销组合

针对“每年20%~30%”理财投资收益这一理财服务定位，我们要制定一系列的市场营销行动计划，确定我们公司专家理财的品牌形象、理财产品、核心竞争力等，并通过有效的传播工具，将我们的盈利模式传递给目标客户并到达其内心深处，并得到客户的认同，并深深打动客户、吸引客户。这样，我们定位策略才算成功。

只要股胜公司能做到持续10年保持投资者的收益稳定在每年20%~30%，并以此核心竞争优势进行市场开发战略和市场渗透战略，那么，股胜资产管理公司未来10年总的战略目标就能从容不迫地实现。

第二节 企业发展战略的重要意义

把股胜公司打造成中国本土第一品牌资产管理公司的战略有着其重要意义。

一是消除目前对于资产管理行业存在认知上的误区。大部分人是一味崇洋媚外，认为中国人进行资产管理不如外国人；过分依赖国外的大财团，让中国财富大量流失。外国人在把中国当做提款机的同时，还会进一步控制中



国的金融业。如果未来这种状况还不改变的话,中国人把大量的资产都交给外国人来管理,那对于整个中国经济发展和金融来说,将会是重大灾难。我们想一想,外国人一旦控制了中国人大量的资产,就等于控制了中国的金融,在金融经济时代一旦控制了金融,就等于控制了中国的一切。所以,中国人必须建立自己本土品牌的资产管理公司。

二是我们的历史责任。对于我们这一代人来说,我们是承前启后,继往开来的一代人。中国的资本市场只有我们这一代人中才有可能会出现像巴菲特和索罗斯这样的金融投资大师。巴菲特和索罗斯的出现是历史的时势造英雄,只有在美国的20世纪资本市场大发展的历史机遇中才会有这种机会,再加上美国那一代人具备的特质,才可能造就像巴菲特和索罗斯这样的金融投资大师。我们这一代人现在所处的时代就和美国20世纪70年代有些相似,而我们这一代人身上的特质,也是和美国那个时代的人一样有异曲同工的地方。最重要的是我们这一代人身上那种坚韧不拔的毅力,那种历经无数次大难不死,仍然一如既往的执著精神。我们这一代人面对失败的心理承受能力,我们在资本市场的大风大浪中顽强拼搏,历经无数磨难的经历,才是成为金融投资大师所具备的核心要素。这些核心要素下一代人是不可能再具备了。下一代人会比我们聪明,但是下一代人再也不会像我们这一代人那样去经历那么多的磨难;下一代也不会像我们这样执著,因为下一代人有太多的选择。这也是为什么美国现在再也不可能出现像巴菲特和索罗斯这样的金融投资大师的原因。因此,我们这一代人要做的事情是时代赋予我们的重任,也是我们的历史责任。所以,股胜资产管理公司的发展战略也同样肩负着历史的社会责任。

三是核心竞争力。“所谓核心竞争力是指企业内部经过整合了的知识和技能,尤其是协调各方面资源的知识和技能。”也就是说,企业核心竞争力是指企业独具的支撑企业可持续竞争优势的核心能力。

它还可更具体地表达为,企业核心竞争力是企业长时期形成的,蕴涵于企业内质中的,企业独具的,支撑企业过去、现在和未来竞争优势,并能使企业长时间内在竞争环境中取得主动的核心能力。股胜公司建立的核心竞争力是稳赚不赔的理财投资的哲学思想体系,是别人偷不去、买不来、拆不开、带不走、溜不掉、变不了的。股胜公司进行战略扩张更重要的原因是股胜公司的核心竞争力能用来造福于社会,能为民富国强做一份贡献。



第四章 企业发展战略措施

第一节 客户资产管理及客户管理措施

一、客户资产管理方式

1. 股胜公司为投资者管理资产是建立在如何控制投资风险，有效回避股市风险的基础上的。可以说在未来的10年，投资者的理财投资应该每年达到30%是有把握的。因此，股胜公司的资产管理模式是让投资者获利后，再按70%:30%的比例分配，投资者得纯利润的70%，股胜公司得纯利润的30%。预先不收取投资者的任何费用，获利之后以对账单结算利润（三七分成）。这样需要投资者把账户转到股胜公司指定的证券公司来开户，投资者委托股胜公司的操盘手操作。

2. 指导投资者自己操作，可与股胜公司签订协议来做。预先不收取投资者的任何费用，获利之后按三七分成结算利润；每操作一次结算一次投资理财利润。

资金量在10万元以下的散户，还有下面两种过渡性的合作方式。

（1）会员。全年会费3980元，电话指导投资者买卖股票；获利之后不再提取投资者的任何费用，所有利润全部累计在投资者自己的账户上。这样有助于投资者资金的稳步增长。

（2）短信会员。股胜公司以手机短信的方式通知投资者买卖股票，获利之后不再提取投资者的任何费用，所有利润全部累计在投资者自己的账户上。这样有助于投资者资金量的稳步增长。这种合作方式是一种过渡性的合作，每个月的信息费是500元。通过一个月的合作之后，投资者再选择与股胜公司长期合作的方式。

二、客户管理措施

每年超过30%的理财投资模式，是民间股王宏皓经过多年实践检验，是成熟的适合大量资金参与的阳光理财模式，给客户带来的确实是实实在在的稳定收益。因此，为了让更多的客户参与，我们可以采用渐进式的管理方式和一步到位两种管理方式。渐进式的方式是客户先用少量资金试合作，满意



后再追加资金。一步到位的方式是投资者直接与我们签订理财协议,委托我们理财,现场交易和网上交易都可以,但是必须是集中在我们指定的证券公司。投资者委托我们理财,按三七分成,获利后投资者 70%,股胜公司 30%。钱在投资者的账户上,我们只负责理财投资的操作,投资者管钱,我们碰不到钱,对投资者来说资金非常安全;获利后按比例提成。这种理财模式将投资者的利益与我们的利益联在一起,从根本制度上保障了投资者的利益,并且能激励理财专家为投资者带来更高的理财收益。

也可以通过渐进式的客户管理办法,慢慢将客户逐步转变成为全权委托股胜公司进行资产管理长线操作,成为股胜公司资产管理长线稳定的客户。通过以上措施逐步将所有客户都发展成为全权委托股胜公司管理账户,全权进行投资理财的操作。这样一来股胜公司管理的客户账户资产规模才会越来越多,资产规模才会越来越大。我们只有将这种合法的资产管理模式让更多的投资者接受,我们的资产管理才会越来越规范。

第五章 企业管理策略

第一节 企业改制策略

北京股胜资产管理公司要想实现到 2017 年左右公司股本增资至 60 亿,管理资产达到 600 亿,毛利润每年 40 亿,并打造成中国第一品牌的资产管理公司的战略目标,公司必须要进行改制。股胜公司的改制与股本的扩张是同时进行的,而且必须是渐进式的。改制的目的是为了吸收各种有利公司发展的资金、资源等,支持公司健康发展的力量。公司渐进式的改制规划是:2007 年在股本 1000 万的基础上吸收新股东改制,增资至 2000 万;2008 年改制增资至 3000 万;2009 年增资至 5000 万;2010 年增资至 1 亿;2011 年增资至 2 亿;2012 年增资至 4 亿;2013 年增资至 8 亿;2014 年增资到 15 亿;2015 年增资到 20 亿;2016 年增资到 30 亿;2017 年增资到 60 亿。如果公司在改制的过程中遇到困难或阻力,在时间上可以向后推迟 2~3 年,如果进展顺利可以提前 2~3 年完成股本扩张的计划。公司在进行股本扩张的过程中不断吸收新的力量,以推动公司的体制改革和制度上的完善;更重要的是通过股本的扩张吸纳对于公司发展有利的社会力量,以海纳百川的胸怀发展壮大。



第二节 企业文化建设

文化，从广义上说，是人类在社会实践过程中获得的物质、精神的生产和创造的物质、精神的总和。从狭义上讲，是指人类精神生产力和精神产品，包括一切社会意识形态，如自然科学、技术科学和社会意识形态等。作为一种历史现象，文化的发展有历史继承性；作为社会意识形态，文化是一定社会政治和经济的反映，同时又对一定社会的政治和经济产生巨大的影响。

企业文化是现代企业发展到一定阶段和层次的产物，也是企业发展到一定层次和高度的标志。

要建立企业文化，首先必须完善企业的管理体制，规范企业的管理制度。在此基础上，才有可能论及企业的文化建设。企业规范化管理的基本要求包括：

- ①领导层次分明；
- ②各级、各部门的职责明确；
- ③各岗位工作人员定岗、定位、定待遇，使各人责、权、利相统一；
- ④主要管理人员相对稳定；
- ⑤各部门、各岗位都有其一定的行为规范，企业内部决策、信息传递、相互约束均遵循一定的程序；
- ⑥有一个健康舒适的工作、生活、人际关系环境；
- ⑦设法增强企业的凝聚力、吸引力，以及企业领导的号召力、感召力。

在市场经济大潮中，企业想立于不败之地，企业领导必须充分了解和认识本企业的优势和存在的不足，做到知己知彼。要总结、吸取国有企业和民营企业各自的优势并防止和克服各自的不足，才能在市场经济中做到游刃有余。经营是艺术，管理是科学，体制是保证，人才是根本。把握好企业经营、管理、体制、人才这几个方面，企业才有希望健康发展，也才有可能真正建立起自己的企业文化。

高层次的企业需要高素质的员工，同样，高素质的员工也盼望高层次的企业。科学、完善的体制，规范化的管理，强有力的领导集体，有特色的企业文化，能够使企业上升到一个更高的层次，因此更能吸引人才、挽留人才，并发挥人才的作用。反过来，人才的聚集和发挥，又将进一步促进企业的发展，使企业不断再上新台阶，形成一种良性循环。

在企业文化中，“以人为本”是最能吸引人才的一条内容。所以，股胜公司的“以人为本”要体现在企业的管理体制上、企业老板的领导作风上、企业的分配方式上；在职工的基本生活和工作条件等方面，也都体现真正尊重人才、尊重员工的态度。



企业文化是在一定社会历史条件下,企业在物质生产过程中形成的具有本企业特色的文化观念、文化形式和行为模式,以及与之相适应的制度和组织结构;体现了企业及其成员的价值准则、经营哲学、行为规范、共同信念和凝聚力。企业文化是民族文化的具体体现,它从属于民族文化,是由民族文化所决定的。企业文化作为一种新的社会现象,已经被人们所认识和重视,并正在打破国界,在全世界兴起,成为新世纪企业改革、经济发展和社会进步的重要标志。企业文化的实质,是以人为中心,以文化引导为手段,以激发职工的自觉行为为目的的一种企业经营管理思想。企业文化的根本任务,是重视人、相信人、理解人、发动人、引导人、教育人、培养人和塑造人。企业文化的辩证法,是来源于社会,奉献于社会。企业文化就好像是一只看不见的手,常常在自觉和不自觉中对企业的经营管理起着重要的引导作用。

结束语

21 世纪是中国走向富强的时代,未来 10 年是中国资本市场快速健康发展的 10 年,也是中国本土资产管理公司迅速崛起的时代。北京股胜资产管理公司必须克服自身的弱点和劣势,迅速果断地抓住这千载难逢的历史性机遇,快速、健康、稳步发展,做强做大,并逐步将北京股胜资产管理公司打造成中国第一品牌的资产管理公司。这就需要股胜公司先建立自己内在的价值系统,才能把外界的压力变成内在的张力。股胜公司内在的自信确立,股胜公司内部不困惑,股胜公司上下一致共同努力奋发图强,以成熟的定力去对抗外界,以海纳百川的胸怀理解和包容,争取广大股民的支持。然后,股胜公司自身在千锤百炼中修炼成中国一流的资产管理公司;在股东们的支持下,在全体员工的共同努力下,在投资者的信任和理解下,稳步实现打造出中国本土第一品牌资产管理公司的战略目标。

读者热线: 13501012771

www.gusheng.com.cn



参 考 文 献

1. [美] 朱·弗登博格、[法] 让·梯若尔合著:《博弈论》,北京,中国人民大学出版社,2002年版,第187页。
2. [美] 约瑟夫·克拉林格著:《兼并与收购》,北京,中国人民大学出版社,2000年版,第153页。
3. MBA 核心课程编译组:《资本运作》,北京,九州出版社,2002年版,第87页。
4. 宏皓著:《理财身价倍增》,北京,中华工商联合出版社,2007年版,第191页。
5. 宏皓著:《铁腕征战》,北京,中国科学技术出版社,2002年版,第67页。
6. 宏皓著:《理财改变命运》,北京,中华工商联合出版社,2007年版,第252页。
7. [美] 乔治·索罗斯著:《金融炼金术》,北京,地震出版社,1999年版,第33页。
8. [美] 约翰·墨菲著:《期货市场技术分析》,北京,地震出版社,1994年版,第167页。
9. [美] 斯考特·斯卢茨基编著:《全球期货巨头谈明天》,北京,机械工业出版社,2000年版,第55页。
10. 韩永夫等主编:《期货市场学》,北京,首都经济贸易大学出版社,1999年版,第95页。
11. [美] 维克多·斯波朗迪著:《专业投机原理》,北京,宇航出版社,1999年版,第163页。
12. [美] 威廉·彼得·汉密尔顿著:《股市晴雨表》,海口,海南出版社,1999年版,第121页。
13. [美] 比尔·威廉姆著:《混沌操作法》,北京,宇航出版社,1999年版,第42页。
14. 宏皓著:《再度飙升》,北京,中华工商联合出版社,2007年版,第294页。
15. 宏皓著:《短线狙击》,北京,中华工商联合出版社,2006年版,第195页。
16. 宏皓著:《卓越理财》,北京,中华工商联合出版社,2006年版,第196页。
17. [美] 弗雷德·R. 戴维著,李克宁译:《战略管理》,北京,经济科



学出版社，2001 年版，第 23 页。

18. [英] 格里·约翰逊凯万·斯尔斯著，金占明等译：《公司战略教程》，北京，华夏出版社，1998 年版，第 73 页。



北京恒阳工作室简介

北京恒阳工作室发起成立于 2002 年 10 月。现隶属于中华工商联合出版社“恒阳财经”编辑部。

北京恒阳工作室以专业从事实用经济图书策划出版为平台，积极探索、培育和宣传市场经济机制下企业文化发展的新概念。

北京恒阳工作室更以策划出版投融资、理财等图书为先导，力求在基金、债券、股票、财税、保险，以及投融资等专业领域为个人或机构金融资产投资、理财、节避税筹划，提供全方位的疏导、咨询、培训和代理等专业性服务。

近年来，北京恒阳工作室策划出版的“恒阳财经”丛书包括：“财经新浪潮私募投融资系列”、“中小企业可持续发展实务丛书”、“企业经理人知识读本系列”、“证券投资/卓越理财系列”和“中国股市十万个为什么系列”；其最新产品有：《私募职权资本》、《成长企业股权融资操作与案例》；《中小企业资本运营》、《中小企业 OPA 模式》；《跨国并购实务》、《人力资源管理实务精要》；《最佳买入点》、《红利投资》、《股王兵法》、《短线狙击》、《理财身价倍增》、《理财改变命运》；《试错》和《政策市》等。

北京恒阳工作室已聘请国内经济界著名人士和金融、财税、法律界专业人士担任顾问；并竭力通过不断吸引社会和企业的人才、资金来发展壮大自我。

中华工商联合出版社：www.chgslcbs.cn

“恒阳财经”丛书编辑部：www.chgslcbs.cn/hygz/windex.aspx

“恒阳财经”搜狐博客：<http://hengyang02.blog.sohu.com>

“恒阳财经”新浪博客：<http://blog.sina.com.cn/bjhengyang>

“恒阳财经”联系邮箱：hengyang02@sina.com

hengyang02@sohu.com

“恒阳财经”联系 QQ：506073604

股王兵法之股市狙击

名人点评

《股王兵法》是中国人自己在中华文化基础上创建的一套适合中国人的股市投资理论。

——中央财经大学教授、证券期货研究所所长 贺强

这是一部古为今用、洋为中用，以中华民族文化为主体，以西方金融工具为辅助的股市经典理论；是了解中国股市、投资中国股市必备的作品。

——北京交通大学教授、经济管理学院院长 刘延平

历经十五年的理论和实践探索，经过股市千锤百炼而得出的股市投资智慧，值得一读。

——信息早报总编辑 盛安

十五年磨一剑。读本书，可以少吃十五年的蛰，多长十五年的智！

——金融投资报主编 陈大禹

《股王兵法》是一部值得投资者借鉴的股市投资理论体系及股市投资方法的好作品。

——证券指南副主编 章刚

一个股市传奇般的神话，一个造就神话的人

上架类别 证券投资

ISBN 978-7-80249-176-2



9 787802 491762 >

定价：41.80元